

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
FILOZOFICKÁ FAKULTA
KATEDRA TEORIE KULTURY (KULTUROLOGIE)

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Lenka Trubačová

VÝVOJ ROZHLASOVÉHO VYSÍLÁNÍ JAKO
KULTURNÍ ZMĚNA

DEVELOPMENT OF THE RADIO BROADCASTING AS
A CULTURAL CHANGE

Praha 2012

Vedoucí práce: PhDr. Ondřej Hubáček

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 29. dubna 2012

podpis

Poděkování

„Děkuji vedoucímu práce PhDr. Ondřeji Hubáčkovi za odborné vedení a připomínky. Také moc děkuji panu René Melkusovi z Národního technického muzea za poskytnutí cenných rad a materiálů.“

Anotace

Diplomová práce *Vývoj rozhlasového vysílání jako kulturní změna* je pojatá jako kulturologická srovnávací studie vývoje rozhlasu v Československu a ve Spojených státech amerických chápaného jako kulturní změna (vznik a transformace kulturního prvku).

Práce je rozdělena na dvě části, teoretickou a analytickou. Teoretická část vychází z vymezení problematiky, dále se zabývá dějinami médií ve světě. Těžištěm teoretické části je popis vývoje československého a amerického rozhlasového vysílání.

Analytická část spočívá ve vlastní analýze empirických dat, převážně sekundární analýze dostupných údajů o vývoji rozhlasu. Soustředí se také na kulturologickou interpretaci či reinterpretaci výsledků. Závěrečná kapitola se zabývá komparací vývoje rozhlasu v Československu a USA.

Klíčová slova

rozhlas, rozhlasové vysílání, kulturní změna, inovace, kultura, kulturní systém, mediální systém, moderní společnost

Abstract

The graduation thesis *Development of the Radio Broadcasting as a Cultural Change* is designed as a cultural comparative study of the development of the radio in Czechoslovakia and the United States of America as a cultural change (the origin and transformation of the cultural element).

The thesis is divided into two parts, a theoretical part and an analytical part. The theoretical part defines basic problems and deals with history of mediae in the world. The focus of this part is characterization of Czechoslovakian and American radio broadcasting.

The analytical part is devoted to analysis of empirical data, predominantly to secondary analysis of accessible data regarding radio development. This part also focuses on culturological interpretation or reinterpretation of results of the analysis. The concluding chapter deals with comparison of the development of the radio in Czechoslovakia and the USA.

Key words

radio, radio broadcasting, cultural change, inovation, culture, cultural system, system of media, modern society

Obsah

| | |
|---|-----|
| 1. Úvod..... | 7 |
| 2. Teoretická část..... | 9 |
| 2.1. Teoretické vymezení problematiky | 9 |
| 2.3. Funkce masového média – rozhlasu..... | 21 |
| 2.4. Rozhlasová komunikace..... | 21 |
| 2.5. Vývoj médií ve světě..... | 23 |
| 2.6. Faktory ovlivňující vývoj rozhlasu v Československu..... | 35 |
| 2.7. Vývoj rozhlasu v Československu a USA..... | 46 |
| 3. Analytická část | 63 |
| 3.1. Hypotézy | 63 |
| 3.2. Cíle analýzy..... | 63 |
| 3.3. Metody analýzy | 64 |
| 3.4. Popis dat | 65 |
| 3.5. Analýza dat..... | 66 |
| 3.6. Srovnání vývoje dvou kulturních elementů – rozhlasů v Československu a USA | 84 |
| 3.7. Verifikace hypotéz | 91 |
| 4. Závěr..... | 93 |
| Seznam literatury..... | 95 |
| Internetové zdroje..... | 98 |
| Příloha | 100 |

1. Úvod

Československý rozhlas je zajímavý společenský a kulturní fenomén. Zatím mu však nebyla věnována z kulturologické perspektivy větší pozornost. Tématem rozhlasu jsem se zabývala již ve své postupové práci s názvem *Rozhlasové vysílání na území Československé republiky v letech 1923 – 1939*, ve které byla tato problematika pojmána spíše z historického hlediska. V diplomové práci s názvem *Vývoj rozhlasového vysílání jako kulturní změna* bych ráda studovala rozhlas především z kulturologické perspektivy, interpretovala vývoj československého rozhlasu jako proces kulturní změny, protože mě tato problematika velmi zajímá a připadá mi opomíjená. Mým záměrem je postihnout šíření inovace rozhlasového vysílání, tedy nového způsobu dosahování daných cílů pomocí invence. Cílem mé práce je ověřit hypotézu, že fáze šíření kulturního prvku (rozhlasu) v Československu jsou obdobné fázím inovace rozhlasu v USA. Předpokládá se, že tyto změny probíhají v souladu s majoritním systémem hodnot a norem - společenský systém je více adaptabilní a stabilní.

V úvodu práce se věnuji teoretické conceptualizaci problematiky. V pojmovém aparátu z oblasti kulturologie a mediálních studií budu definovat důležité termíny a teorie pro objasnění zkoumaného tématu. Teoretické vymezení kulturní změny a inovace bude komplikované z důvodu nedostatku odborné literatury zabývající se touto problematikou. V antropologických publikacích jsem našla pouze několik definicí. Nejvíce se zabývá kulturní změnou kniha *Úvod do obecné sociologie*, v které jsou kulturní procesy popsány na 50 stranách.

Následující kapitola je velice důležitá k pochopení rozvoje rozhlasu, zabývá se dějinami médií ve světovém měřítku, vývoj je popisován od vynálezu knihtisku Johannem Gutenbergem až do konce 80. let 20. století. V další kapitole se budu věnovat faktorům ovlivňujícím československý rozhlas a šíření kulturní změny. Budu se zabývat důležitými vnějšími aspekty působícími na rozhlasovou činnost, kterými jsou historické, ekonomické, kulturní, národnostní a další podmínky. Teoretická část práce bude pokračovat přehledem dějin rozhlasového vysílání v Československu od předchůdců rozhlasu přes vznik první stanice v ČSR až do konce 80. let, kdy došlo k pádu socialismu a poté se československý rozhlas vymanil z politické moci a velké vázanosti na stát. Na konci teoretické části se zaměřím na charakteristiky vývoje rozhlasu ve Spojených státech amerických, které popíši stručněji, protože jsem o tomto tématu našla i přes velkou snahu pouze několik zdrojů.

Podstatnou částí diplomové práce bude empirická analýza rozhlasového vysílání v Československu a USA. Na základě nasbíraných dat týkajících se rozhlasu a ukazatelů ovlivňujících jeho vývoj bych ráda demonstrovala fáze kulturní změny a jejího šíření v Československé republice. V kulturologické syntéze ověřuji správnost předpokladu, že proces kulturní změny s jeho typickými fázemi lze aplikovat na československý rozhlas a tento vývoj kulturního prvku je podobný rozvoji amerického rozhlasu. Na závěr práce bych ráda srovnala charakteristiky rozhlasového vysílání v USA a Československu a také se chci zabývat jejich vývojem jako šířením inovace.

2. Teoretická část

2.1. Teoretické vymezení problematiky

2.1.1. Kulturologické pojetí

System mediální komunikace je subsystémem kulturního systému moderní společnosti, který přispívá k celkové stabilitě soustavy. Podle převažujících teorií stojí nad subsystémy kulturní systém, který můžeme definovat jako „systém artefaktů, kulturních regulativů a idejí sdílených a předávaných členy určité společnosti.“ (Soukup, 2000, s. 244)

V kulturologickém pojetí je kulturní systém pojímán jako soustava subsystémů, institucí i prvků v jednotlivých subsystémech. Všechny složky na sebe vzájemně působí, mají mezi sebou přímé nebo zprostředkované vazby, tvoří celistvý a kompaktní celek. Fungujícími subsystémy jsou například sociální, ekonomický nebo náboženský. (Rybář, 2011)

Svébytnou oblastí kulturního systému je systém mediální komunikace, který je součástí a původcem jedinečných, společenských, dějinně podmíněných komunikačních aktivit jedince. Je zároveň svébytnou součástí sociální komunikace, do které patří masová a mediální komunikace. (Jirák, Köpplová, 2009, s. 23)

Vývoj mediálního systému a jeho prvků (jednotlivých médií) se řídí stejnými obecnými zákonitostmi jako kulturní změna. Mezi prvky mediálního systému patří i československý rozhlas, který je tématem mé diplomové práce.

Fenomén rozhlasu ještě nebyl zkoumán z kulturologického pohledu, jenž je interdisciplinární, nehodnotící a vychází z *kulturního relativismu*, který pokládá jevy a jednotlivé kultury za výjimečné a nezaměnitelné. Je možné je pochopit pouze „v kontextu jejich vlastních hodnot, norem a idejí“. (Soukup, 2011, s. 695) To tedy znamená, že rozhlas jako kulturní prvek je třeba zasadit do okolností jeho kultury, tedy jedinečného sociokulturního systému, v kterém vznikl a rozvíjel se. Kulturní prvek nebo element lze definovat jako základní funkční jednotku, která je důležitou komponentou kulturního systému. Soubor kulturních prvků a systémových vztahů mezi nimi vytváří kulturní komplex. (Maříková, Petrusek, Vodáková, 2000, s. 93)

Na rozhlas lze nahlížet z kulturologické perspektivy jako na prostředek vyvolávající kulturní změnu jak endogenní, tak exogenní. V případě západních společností se jedná o faktor vyvolávající endogenní kulturní změny, protože média mají v moderní společnosti úlohu šíření inovace, která je jedním ze zdrojů kulturní rozmanitosti. To vše probíhá kompatibilně s majoritním systémem hodnot a norem - společenský systém může být pak více adaptabilní a stabilní. Média jsou také příčinou exogenní změny, způsobují transformace kulturních prvků v důsledku vzájemného dotyku různých sociokulturních systémů (*akulturace*) a důsledkem je šíření médií v rozvojových zemích. Tyto kulturní změny nemusí být v souladu se systémem hodnot a norem převažujících v dané společnosti, což může vyvolat destabilizaci kulturního systému.

V mé diplomové práci je vývoj rozhlasu chápán jako samotný proces *kulturní změny*. Kulturní změna určuje proces zrodu, přeměny a rozpadu sociokulturních systémů nebo kulturních prvků. Kulturní změna je hlavní charakteristikou kultury, projevuje se jako vznik a vývoj kultur, subkultur a kulturních prvků. (Maříková, Petrusek, Vodáková, 1996, s. 1441 – 1442)

Problematiku systému mediální komunikace lze pojmut dvěma způsoby. Vývoj rozhlasu v ČR můžeme chápat jako exogenní kulturní změnu, výsledek procesu kulturní difuze, tedy přenesení kulturních prvků z jiných kulturních systémů, v tomto případě ze západoevropských zemí a USA. „Změna exogenní – nehodnotící kategorie sloužící k označení procesů vzniku, transformace nebo zániku kulturních systémů (nebo jejich částí), které proběhly díky kontaktu s jinou kulturou – prostřednictvím kulturní difuze nebo migrace obyvatelstva.“ (Soukup, s. 697) *Migrace* probíhá na základě přesídlování obyvatelstva v prostoru, které přemísťuje zároveň kulturní prvky. *Difuze* je mechanismus přenášení kulturních prvků nebo komplexů v prostoru, například prostřednictvím médií. Tento proces nebývá většinou jednosměrný, neboť jde o vzájemné působení dvou kultur.

Zařazení kulturních prvků do kulturního systému většinou naráží na různé překážky. Bezproblémová situace nastává, pokud je kulturní prvek zrovna potřebný, tvoří se tak vhodné podmínky pro jeho přijetí. Pokud však tato situace nenastane, hrozí, že bude kulturní prvek přijat jen vnějším dojmem (není osvojen), může být také zcela zamítnut, nebo je jeho původní funkce upravena. Zvláštním případem je stimulační difuze, ta nastává ve chvíli, kdy je nouze o určitý kulturní prvek, vede k vytvoření repliky nebo podobného kulturního elementu, který plní analogické funkce. (Maříková, Petrusek, Vodáková, 1996, s. 1441 – 1442)

Exogenní kulturní změna se projevuje také v rozvojových společnostech, kam byla média dovezena hlavně v 50. a 60. letech 20. století ze západních společností, a to včetně jejich

hodnot a norem. Dopad médií je zde různý, jak pozitivní, tak negativní. Zdrojem těchto změn je vzájemný dotyk a ovlivňování dvou kultur.

Vývoj československého rozhlasu můžeme konceptualizovat druhým způsobem jako proces *endogenní kulturní změny*, jejímž zdrojem jsou transformace kulturních prvků a komplexů uvnitř dané kultury. Probíhá prostřednictvím *inovace*, která vyjadřuje změny a nové cíle, kterých je dosahováno pomocí invence.

Na procesu vývoje kulturního prvku lze vysledovat *čtyři fáze šíření inovace*:

1. Raná fáze – počátek kulturního prvku, první osvojitelé nového elementu
2. Fáze růstu – rychlý vzestup kulturního prvku a jeho prudké osvojování
3. Fáze stabilizace – institucionalizace prvku a úplné osvojení kulturního prvku společností
4. Fáze ústupu – sestup kulturního prvku, jeho částečné nebo úplné nahrazení funkčním ekvivalentem

Nově vzniklé inovace, například vynálezy a objevy, se v daném kulturním systému těžko prosazují, protože narážejí často na kulturní stereotypy a předsudky (Maříková, Petrusek, Vodáková, 1996, s. 1441 – 1442), ale rozhlas a televize byly společností akceptovány rychle.

Ve své diplomové práci se přikláním k pojetí, v kterém lze definovat vývoj rozhlasu jako difuzi inovací v západních společnostech, kde nemůžeme jednoznačně určit ohnisko inovace, protože v ČSR, ostatních vyspělých evropských zemích a USA se média vyvíjela paralelně, na všechny tyto země se vztahuje koncept *moderní společnosti*.

Tento typ společnosti je produktem velkých změn, ke kterým došlo od začátku novověku například v oblasti ekonomiky, politiky, sociálních vztahů, způsobu života, světonázoru v euroamerickém civilizačním okruhu. Procesy urbanizace a industrializace sehrály klíčovou roli, důležitá byla také mobilita a migrace, postupně se přetransformovaly tradiční společnosti na moderní.

Z historického hlediska jsou začátky moderní společnosti spojeny se změnami v oblasti:

1. ekonomické - se vznikem kapitalistického systému výrobních vztahů
2. politické - s obdobím buržoazních revolucí
3. duchovní - s osvícenstvím (rozvojem vědy a industriální výroby)

Vznik moderní společnosti si vyžádal nové formy sociálních vztahů a též způsoby komunikace. Teprve s počátkem tohoto typu společnosti vznikala masová média, která se stávala nejen základním prostředkem přenosu informací, ale také nástrojem pro sociální integraci a diferenciaci. Po rozpadu *Gemeinschaft* (forma mezilidských vztahů založených na blízkosti a reciprocitě) se masová média tvořila v novém typu společnosti *Gesellschaft* (mezilidské soužití, kde jsou masmédia sociálním pojivem a také novým zprostředkovatelem

kontaktu mezi veřejností a politickým vedením). Tuto dichotomii zavedl sociolog Ferdinand Tönnies.

Moderní politická moc s moderní ekonomikou představují základ masové komunikace, která se zpětně podílí na utváření těchto odvětví společnosti. Masová média plní v demokratických společnostech politickou funkci udržováním principu demokracie. Po ekonomické stránce je úkol médií zřetelný, jsou průmyslovým odvětvím a fungují na principu nabídky a poptávky. Jsou také zprostředkovatelem reklamy, která je pro chod kapitalistické společnosti důležitá.

V druhé polovině 20. století dochází k přeměně moderní společnosti na *postmoderní nebo také postindustriální*. K jejímu vzniku dochází podle D. Bella a A. Touraina od poloviny 50. let 20. století, kdy v USA došlo ke zvýšení počtu zaměstnanců v sektoru služeb, který přerostl počet zaměstnanců pracujících v průmyslu. Důležitým znakem postmoderní společnosti je, že převládá „produkce služeb nad produkcí věcí, produkce informací nad produkcí materiálních statků“. (Reifová, 2004, s. 238)

Podle Toynbeeho je postmoderní etapa vývoje západní kultury současným obdobím, které se vyznačuje přechodem od „národně státního myšlení a zájmů ke globální interakci“. (Maříková, Petrusek, Vodáková, 1996, s. 1203)

Stejně jako došlo ke změnám s přechodem od tradiční společnosti k moderní, dochází k transformacím v přechodu od moderní společnosti k postmoderní. Mění se mentalita společnosti. Vzniká sociální pluralita názorů, relativizovaných hodnot a rozmanitých životních stylů. Postmodernismus lze vystihnout těmito charakteristikami: těkavost, proměnlivost, roztržitost, nejednoznačnost pravdy a nestálost rozumu. Tento postoj vyznačuje v rámci mediální komunikace logika nových médií, která využívá k uchování nebo přenosu informací technologie počítačového charakteru. (Rifová, 2004, s. 238)

Moderní a postmoderní společnost spojuje fakt narůstající diferencovanosti, přičemž postmoderní je diferencovanější než společnost moderní. Obě vývojová stadia společnosti se také vyznačují autonomií a nezávislostí jednotlivých celků. Subsystémy jako například mediální a politický plní určité funkce, jsou otevřeny ostatním systémům a zároveň nezávislé. Všechny dohromady tvoří jednotný kulturní celek. (Šubrt a kol., 2007, s. 101)

Kulturní změna založená na procesu inovace je závislá na různých faktorech. Základem procesu šíření média je technologická invence. Technologií je myšleno užití techniky a praktických dovedností ve výrobním procesu. Technologie se v tomto pojetí podílí na výrobě a zpracování materiálů, surovin, přístrojů a strojů, používá také pracovní sílu a zručnost člověka. (Maříková, Petrusek, Vodáková, 1996, s. 1284 - 1285)

Při vzniku kulturního elementu hraje technologie zásadní roli, prosazuje kulturní změnu a pak dochází k institucionalizaci prvků. Technologie, která předcházela zrodu rozhlasu, vznikala původně s jiným záměrem než jako prostředek masové komunikace. Řetězec technologických objevů a jejich užití ke komunikaci pak vedl ke vzniku rozhlasu. Záleželo na typu technologie, která pak předurčovala médium k jistým obsahům a určité aplikaci. Jako první elektronické médium byl rozhlas záhy využit například k propagandistickým účelům.

Inovace však nejsou přijímány do společnosti jen na základě komunikačních technologií, ale hraje zde roli mnoho faktorů: sociální, ekonomické, politické a další. Komunikace a kultura jsou velmi propojené a vzájemně se ovlivňují. Sama technologie je výtvozem kultury, technologie mají vliv na kulturní aktivity, ale jako prostředník zde funguje instituce. Sled jednotlivých kroků pak vypadá takto:

1. Na počátku je nějaká idea.
2. Vzniká nová technologie, nebo je inovována nějaká původní technologie.
3. Musí být změněny staré způsoby užití, nebo vzniká nové užití technologie.

(McQuail, 2002, s. 109 – 111, s. 132 – 136)

Instituce vzniká následně po rozšíření technologie. Instituce je soubor norem a hodnot, které jsou uznávané a pokládány za důležité v rámci určitého společenství. Je třeba také vymezit pojem *institucionalizace*. Jako specifický druh kulturní změny ji můžeme definovat jako „vytváření (postupné nebo okamžité) řádných, uznaných, relativně stabilních a sociálně integrovaných forem chování“. (Petrusek, 1985, s. 146) Změna předpokládá tedy akceptování určitého způsobu chování nebo kulturního prvku společností. Dané chování se buď vyvinulo přímo v určité společnosti, nebo je přenesené z jiné společnosti.

Sociální chování členů instituce může být dvojího druhu: institucionalizované a neinstitucionalizované. Institucionalizované je takové chování, které se pohybuje v rámci norem a pravidel dané společnosti, vyznačuje se konformitou a řádem.

U neinstitucionalizovaného chování můžeme rozlišit tři typy. První forma je radikálnější, vyznačuje se takovým chováním, které je v protikladu s normativním řádem, chování individua je ve společnosti neschválené, nesouhlas je aktivně projevován a bývá často porušován právní řád. Druhý typ neinstitucionalizovaného chování je mírnější. Toto chování není obecně přijímáno, přestože se nepovažuje za nebezpečné a není se zákonem v přímém rozporu. Zvláštní skupinou neinstitucionalizovaného chování je sociálně irelevantní, které je sociálně bezvýznamné, neohrožuje společnost a není ho potřeba právně stíhat. (Petrusek, 1985, s. 145 – 152)

Obecně lze *fáze kulturní změny* popsat takto:

1. Počátek nových kulturních prvků či jejich uspořádání
 2. Společenská akceptace těchto prvků nebo jejich eliminace, a to na základě funkcí, atraktivnosti, užitečnosti, tedy faktorů, které jsou důležité pro danou společnost
 3. Proces začlenění nových kulturních elementů a jejich funkcí
 4. Fáze institucionalizace důsledků dané změny založené na postupném nebo bezprostředním utváření respektovaných, sdílených a sociálně integrovaných typů chování
- (Maříková, Petrusek, Vodáková, 2000, s. 110)

2.1.2. Mediální komunikace

Pro lepší pochopení daného problému je důležité vymezit kategoriální aparát a nastínit teorie z oblasti komunikace.

Komunikace prošla za svou historii řadou proměn. Nejdříve se lidé dorozumívali nonverbální komunikací prostřednictvím mimiky a gest, později pak komunikovali ústním podáním, pomocí písma. Postupně vznikaly další způsoby sdělování jako tisk, telegraf, rozhlas, televize nebo internet. V naznačeném vývoji se zvyšuje masový charakter komunikace.

Komunikaci můžeme definovat jako jednání, jehož cílem z hlediska komunikátora je přenos významů sdělení jedné či více osobám prostřednictvím znakových systémů.

Existuje pět základních prvků komunikace:

- a) → *komunikátor* – osoba, která sděluje informaci, b) → *komunikant* – osoba přijímající sdělení, c) → *komunikační kanál* - zprostředkující činitel, kterým se přenášejí znaky a symboly, d) → *komuniké* – obsah sdělovaného, e) → *účinek* – odpověď, slouží ke kontrole pochopení komuniké. (Kunczik, 1995, s. 12)

Denis McQuail rozeznává čtyři modely komunikace:

- a) *Přenosový model veřejné komunikace* vychází z Lasswellovy otázky: „Kdo říká co komu, jakým kanálem a s jakým účinkem.“ (McQuail, 2002, s. 72) Tento model rozšířili teoretici Westley a McLean o interpolaci, tzn. význam komunikátora – zprostředkovatele (například profesionální žurnalista zaměstnaný v komplexní organizaci). Díky tomuto prvku má komunikace souslednou sekvenci: 1. Událost ve společnosti, 2. Signál je předán kanálem – to je úloha komunikátora, 3. Signál se mění ve sdělení, 4. Příjemce sdělení. Z toho vyplývá, že

masoví podavatelé (komunikátoři) nejsou tvůrci sdělení, pouze vybírají a zprostředkovávají zprávy, které zaujmou většinové publikum, události jsou cíleně využívány.

b) *Rituálový model komunikace*, podle Jamese Careye je komunikace založená na přenosu informací dalším účastníkům v čase, a to s důrazem na obřadnost prožívání a představivost. Ke komunikaci nedochází jen kvůli užítkovosti, ale také uspokojení z přijímání. Vyznačuje se nadčasovostí a soustředí se na prezentaci sdílených symbolů ve společnosti. (McQuail, 2002, s. 73 – 74)

c) *Propagační model* se zaměřuje na důležitý znak komunikace, kterým je předvádění a získávání pozornosti posluchačů, diváků atd. Cílem jednání masových médií je zajistit si finanční příjem tím, že prodávají pozornost svých příjemců inzerentům. To ukazuje úspěšnost daného média, tato komunikace existuje jen v přítomnosti. Je to proces, kde celková výhra není žádná, neptá se po příčině ani následku. (Reifová, 2004, s. 98 – 100)

d) *Příjmový model* se zabývá kódováním a dekodováním mediálního obsahu – všímá si moci publika, vychází z toho, že různí příjemci nemusí sdělení přijmout v té podobě, jak bylo předáváno. Cílem je umístit přisuzování a odvozování polysémního mediálního významu blíže publiku, konečný význam se rozlišuje podle kontextu a kultury publika. Tento model Stuarta Halla patří do koncepce kulturních studií a je spojený se zrodem analýzy recepce. (McQuail, 2002, s. 72 – 77)

Komunikace má daný rozsah a podle něho rozeznáváme jednotlivé typy:

1. *Intrapersonální komunikace* je charakterizována jako komunikace individua se sebou samotným. Zahrnuje více či méně vědomou reflexi tohoto procesu. Intrapersonální komunikace souvisí s vnitřní řečí, vzájemně na sebe působí. (Janoušek, 2001)
2. *Interpersonální komunikace* představuje přenos informací mezi dvěma nebo více jednotlivci. Tato komunikace je charakteristická možností okamžité zpětné vazby. Probíhá například v rodině nebo zaměstnání.
3. *Komunikace skupinová* je druh interpersonální komunikace vyznačující se tím, že účastníků je více a intenzita sociální vazby závisí na velikosti skupiny, čím je větší, tím jsou si aktéři vzdálenější. Uskutečňuje se kupříkladu v občanském sdružení.
4. *Komunikace masová* je úroveň sociální komunikace, kde je sdělení přenášeno neadresně z jednoho zdroje k velkému počtu rozptýlených recipientů, aktéři jsou od sebe v čase či prostoru vzdáleni. Informace je zprostředkována masovými komunikačními prostředky. Komunikátor je celistvá organizace, která zaměstnává komunikátory – profesionály. Specializované technologie se podílejí na masové komunikaci tvorbou vysoce standardizovaných sdělení. (Reifová, 2004, s. 100)

Z charakteristik interpersonální a masové komunikace vyplývají rozdíly, které se mezi nimi nacházejí.

Komunikačních kanálů, na kterých probíhá interpersonální komunikace, je podle Michaela Kunczika více:

1. *Vokální kanál* – verbalizovaná řeč
2. *Vizuální kanál* – mimika, vzájemné pohledy, gesta, tj. neverbální komunikace
3. *Hmatový kanál* – vzájemné dotýkání a oťukávání
4. *Čichový kanál* – receptce vůně těla
5. *Teplotní kanál* – vnímání tepla vyzařujícího z druhé osoby
6. *Chuťový kanál* – percepce chuti

(Kunczik, 1995, s. 13)

Masová komunikace se vyznačuje pouze kanály vokálními (například rozhlas) a vizuálními (například tisk, televize). V interpersonální komunikaci existuje mezi účastníky reciprocita a vzájemné působení, v masové komunikaci nikoliv, zde je zaměřena pozornost především na recipienty za účelem ovlivnit jejich jednání a vystupování.

Z hlediska dopadu na účastníky se interpersonální komunikace vyznačuje vyšší intenzitou dopadů na jedince, protože na něj působí všemi kanály, také je charakterizována lepší flexibilitou z hlediska průběhu komunikace. Komunikátor zde může iniciovat větší sociální nátlak (vyvolávání emocí, vyhrožování) a má obtížnější možnosti jak proces komunikace ukončit, aktéři se více vžívají do situace.

Masová komunikace působí na větší množství příjemců, její dosah k množství recipientů je účinnější, obsahuje multiplikační efekty v prostředcích masové komunikace, především v reklamě.

Díváme-li se na komunikační jednání z hlediska lineárního modelu komunikace, masovou komunikaci lze označit podle Michaela Kunczika jako proces, které má tyto charakteristiky:

- a) Sdělení je použito výhradně ke krátkodobému účelu.
- b) Sdělení je vytvářeno komplexními organizacemi, které využívají vyspělé technologie.
- c) K šíření sdělení dochází pomocí rozličných medializačních technik.
- d) Sdělení jsou současně přístupná velkému počtu recipientů - „disperznímu publiku“, které je pro tvůrce sdělení anonymní.
- e) Proces probíhá veřejně, není zde odepřen přístup.
- f) Materiál je přenášén jednosměrně, vztah mezi komunikátorem a příjemcem je nerovný k užítku komunikátora.
- g) Z toho vyplývá, že proces je také nepřímý.

h) Produkce sdělení se vyznačuje periodicitou a výrobky jsou poskytovány průběžně. Podle této definice patří mezi média televize, kino, rozhlas, časopisy a noviny. (Kunczik, 1995, s. 13).

Denis McQuail popsal *sedm základních rysů masové komunikace*:

1. Je to činnost, která vyžaduje fungování strukturované organizace s formalizovanými vnitřními vztahy.
2. Jednání těchto organizací se soustředí na početné skupiny příjemců.
3. Jeho výsledky jsou veřejnosti přístupné.
4. Složení publika je různorodé.
5. Masová média jsou schopná uskutečnit kontakt s velkým množstvím lidí rozptýlených daleko od zdroje a od sebe navzájem.
6. Vztah mezi komunikátorem a recipienty zprostředkovává profesionál, kterého publikum zná v jeho veřejné úloze komunikátora.
7. Publikum je spojení jednotlivců z důvodu společného zájmu. (Reifová, 2004, s. 101)

Poměrně novým pojmem, který se objevuje v literatuře a začíná v průběhu 90. let 20. století nahrazovat koncept masové komunikace, je *mediální komunikace*. Patří do veřejné komunikace a je pro ni typické, že se všechny komunikační aktivity uskutečňují s použitím médií. V posledních letech nabývá pojem masové komunikace jiný význam a terminologicky se odlišuje od mediální komunikace, označuje i vyhraněné historické období lidského komunikování, především zdůrazňuje společenský rozměr komunikace a mediální dopady. Pojem mediální komunikace akcentuje průběh komunikačního jednání, důležitost zprostředkujícího prvku – média, jeho charakter určuje očekávání publika a jeho technologie. Organizační struktura ovlivňuje vznik a výslednou povahu mediálního produktu. (Reifová, 2004, s. 102)

Z hlediska mediálních studií jsou *masová média* prostředky masové komunikace, které přenášejí sdělení velkému počtu recipientů v odlišných formách a za různými cíli. Média jsou v tomto pojetí mediální organizací. Sdělení, která produkují, jsou veřejně přístupná, standardizovaná, tvořená profesionály a prostřednictvím technických aparátů šířená k velmi početnému, heterogennímu a rozptýlenému publiku.

V širším pojetí mohou masová média představovat:

1. Druh technologie, tzn. způsob výroby hmotného nosiče, na které se hromadné sdělení pojí, jsou komunikačním kanálem.
2. Kód, v kterém je sdělení zaznamenáváno a následně technologicky upraveno, takový kód může být analogový nebo digitální.

3. Druh mediální komunikace jako soubor tvořený povahou prostředí, technologie a původcem sdělení. To je například rozhlas pojmáný jako médium.
 4. Sociální instituce je soubor norem, hodnot a praktik rozšířených a předávaných v daném sociálním a kulturním systému. Tyto soubory média sdílejí společně a tvoří tak ucelenou sociální instituci. Povaha utvořeného média záleží na interakci a ovlivňování jinými sociálními institucemi, především ekonomickými, politickými, kulturními a technologickými.
 5. Určitá mediální organizace, která technologie vlastní a používá je (například Český rozhlas). Patří sem i produkty těchto organizací (například rozhlasové zpravodajství).
- (Reifová, 2004, s. 138)

Marshall McLuhan dělí *média na horká a chladná*, tuto pojmovou dvojici zavedl v roce 1964, rozdíl mezi horkými a chladnými médii je určen stavem naplněnosti daty. Fotografie je vizuálně vysokodefiniční, ale karikatura je nízkodefiniční, protože obsahuje málo vizuálních informací. Všechna média jsou extenzí člověka, tzn. rozšířením jeho smyslů. Do jaké míry je médium horké nebo chladné lze určit podle úrovně zaplněnosti a doplnění dat adresátem. Horká média jsou charakterizována vysokou naplněností daty, tím vyžadují menší participaci jedince. Čím je médium více horké, tím více jsou účastníci vtaženi do mediálního světa, zažívají intenzivnější prožitek. Média můžeme zařadit mezi chladná nebo horká až na základě srovnání s jiným médiem. Rozhlas je horké médium, pokud ho srovnáme s telefonem.

Rozhlas se přenáší všemi směry rovnoměrně v určitém akustickém prostředí, oproti tomu chladné médium, jako je telefon, šíří zvukové signály do ucha příjemce. Při telefonování musí člověk na akustických signálech participovat, ale posluchačům rozhlasu je stačí přijímat. Rozhlas je charakterizován nízkou participací jedince a menší potřebou doplnění, toto chladné médium má tak zcela jiné účinky na příjemce než horké. (McLuhan, 2011, s. 33 - 34)

Vzájemné působení horkých a chladných médií mělo v historii podstatnou roli. Kámen jako médium plní v dějinách určitou roli, přetrvává v čase, opravdovým médiem se stává, používáme-li ho jako formu psaní. Ve srovnání s ním je papír horkým médiem, sjednocuje odlišné prostory v horizontálních i vertikálních vazbách. (Reifová, 2004, s. 133)

Vliv technologie na mediální kulturu nebyl zatím postižen, ale podle teoretika Harolda Innise můžeme určit několik tendencí, které představují charakteristiky *mediální technologie*. Lze určit *pět sklonů - biasů*. Sklon není jednoznačným ukazatelem, ale značí, že se média budou zaměřovat k určitým prožitkům a určitým typům zprostředkování. První tendencí je sklon ke smyslovému prožitku, kterým se zabýval McLuhan. Naše okolí tak vnímáme přes vizuálně představované podněty víceméně zaujatě. Také existuje sklon související s formou a prezentací, podle něhož jsou sdělení buď zakódována (v tisku), nebo skoro nekódována

(fotografie). Dalším mediálním sklonem je obsahový, vyznačuje se větší realističností a polysémií. Čtvrtý sklon je v rovině kontextu užití, protože některá média jsou soukromá, jiná veřejnoprávní. Poslední sklon je spojený s vytvářeným vztahem uživatele k médiu, některá média jsou jednosměrná a jiná interaktivní. (Jirák, Köpplová, 2009, s. 140)

V moderních společnostech probíhá důležitá sociální změna – *medializace*, která je podstatným rysem těchto společností. Spočívá v masivním rozšíření komunikačních médií v moderních společnostech a stále více se podílí na životě členů těchto společností. Tuto změnu charakterizuje:

1. Rozšiřování, tzn. média jako technologie provádějí extenzi přirozených limitů naší komunikace.
2. Nahrazení, média substituuji částečně nebo zcela sociální aktivity a sociální instituce.
3. Amalgamizace, která znamená, že se postupně smazávají hranice mezi mediálními a ostatními aktivitami.
4. Akomodace, která vyvolává indukovaní sociální a kulturní změny. Charakteristiky médií berou v potaz různé sféry společnosti (odvětví průmyslu a zábavy).

Počátek medializace souvisí s nástupem masového tisku, další fáze je spojována s vysílacími médii, televizí a rozhlasem, od 90. let 20. století se medializace pojí s rozšířením síťových médií (internetem).

Nahrazení moderních společností informačními posunulo tak postavení médií. Na funkční mediální komunikaci je závislá velká část ekonomiky celého světa. Mediační procesy se postupně vyvíjejí a jsou stále bohatší, člověk má neustále snadnější a rychlejší přístup k informacím, tento trend bude i nadále pokračovat. Mediace je zprostředkováním, podstatou jednání média. (Jirák, Köpplová, 2009, s. 95 - 96)

2.1.2.1. Mediální publikum

Mediální publikum je provázáno s vývojem společností a médií. Je spojeno s občanskou veřejností, ale také s obecnstvem. V mediálním publiku existuje také element přijímání uměleckého díla (koncert můžeme poslouchat nejen v koncertní síni, ale i v rozhlase) a zábavního představení (společné s cirkusem nebo kabaretem, kterých můžeme být účastni nejen přímo, ale také prostřednictvím televize).

V řadě společností a kultur euroamerické zóny vznikla média (výroba románu, novel ve spotřebním množství, pak tiskoviny a další prostředky masové komunikace – rozhlas, televize, internet), která se mohou díky svým technologiím a možnostem šíření sdělení dostat k recipientům. Publikum se může vyznačovat různými charakteristikami, nese některé shodné rysy s obecnstvem (například veřejný poslech rozhlasu), někdy se podobá spíše rozptýlené čtenářské obci knih a periodik.

Všechny formy publika se dají definovat jako soubor uživatelů, který je receptivní a recipientní. Publikum je většinou složené z neznámých jedinců, kteří mohou a nemusí být rozptýlení v čase a prostoru (například posluchači rozhlasu, čtenáři tiskovin a diváci televize). V poslední době s narůstající komercializací médií nese publikum čím dál více rysů spotřebitelů. Publikum se tak stává zbožím a cílovou skupinou reklamy, jeho charakteristiky bývají zjišťované v komerčních výzkumech trhu, zjišťují se jejich zvyky, zájmy, životní styl atd.

Můžeme rozlišovat publika na základě toho, jestli vznikla jako výsledek sociálního kontextu, nebo se vyvinula jakou součástí mediální komunikace.

U prvního typu publika média reagují na potřeby individuů a sociálních skupin, druhou formou publika je mediálně iniciované. Vzniká v kontextu nových mediálních technologií, takové publikum je utvářeno v závislosti na typu média, které obsahy poskytuje. Pak se tedy jedná o rozhlasové posluchačstvo, televizní diváky určité stanice a čtenáře určitého periodika. Publikum se může také sdružovat kolem nějakého pořadu nebo celebrity. V poslední době vznikají publika v rámci kultur fanoušků, např. některých seriálů, u kterých zájem o daný pořad přerůstá i do životního stylu. (Jirák, Köpplová, 2009, s. 199 – 200)

Podle teoretika masové komunikace Denise McQuaila existují *čtyři typy publika*:

1. Publikum představující veřejnost nebo sociální skupinu. Jedná se o takové skupiny, které jsou spojeny geograficky, ideologií, sociální či profesní příslušností, například periodikum určité sociální skupiny. Tato publika se pojí i s médii, která zajišťují interní komunikaci v rámci nábožensky nebo jinak spřízněné skupiny.
2. Publikum jako agregát jednotlivců založený na uspokojování jistých potřeb. Není zde rozhodující náboženská nebo hodnotová příslušnost členů tohoto souboru, ale jejich individuální zájmy a záměry týkající se touhy po zábavě nebo informacích či emocionálním naplnění. Toto publikum je výsledkem zvyšující se diferenciací mediální nabídky a také snahy spotřebního trhu odpovědět na poptávku konzumních potřeb.
3. Sociální skupina masového charakteru, která je heterogenní a disperzní bez vnitřních vztahů a organizace, jedná se tak například o rozhlasové publikum nebo internetové. Členství

v určitém typu publika znamená přijetí určité role a zvládnutí dovedností potřebných k úspěšné komunikaci mezi komunikátorem a příjemcem.

4. Publikum charakterizované příslušností k určitému komunikačnímu kanálu nebo obsahu. Prezentuje se jako soubor konzumentů konkrétního výrobku. Například se může jednat o určitou knihu nebo rozhlasový program. V tomto případě je publikum považováno za produkt média - ukazuje se tak jeho atraktivita a efektivita. (Reifová, 2004, s. 201 - 203)

2.3. Funkce masového média – rozhlasu

Rozhlas jako masové médium plní řadu funkcí. V literatuře můžeme nalézt výčet nejrůznějších funkcí, které masová média zastávají. Například „Lasswell zdůrazňuje systémově stabilizační funkci komunikace, která podporuje dominantní hodnotovou strukturu a jako funkce masové komunikace rozeznává: pozorování okolního světa sbíráním a rozšiřováním informací, redakční činnost výběru a komentování informací, případně vytváření mínění a názorové shody, jakož i funkci kulturního přenosu. K tomuto seznamu funkcí dodává Wright ještě zábavní funkci.“ (Kunczik, 1995, s. 31)

Podle dalšího autora Wirtha je masová komunikace „hlavní kostrou přediva sítě sociálního života“. V tomto úhlu pohledu masová média představují v moderních společnostech nejdůležitější nástroj motivování, případně uvádění do pohybu velkého množství lidí.“ (Kunczik, 1995, s. 32)

Někteří autoři uvádějí rovněž funkce: ovlivňování veřejného mínění, společenská kontrola, kontrola politické moci, formulování názorů nebo funkce komunikačního kanálu mezi politiky, socializace, prosazování a šíření inovací ve společnosti. Následujícími funkcemi, které masová média zastávají, jsou informativní, orientační, vzdělávací, výchovná či zábavní. (Kunczik, 1995, s. 31 - 34)

2.4. Rozhlasová komunikace

Společnost zpočátku vnímala rozhlas jako fantazii nebo technický zázrak, který má nesmírné možnosti a potenciál ke změnám. Jako první elektronické médium zapůsobil rozhlas svou živelností na společnost nečekaně a zastihl ji nepřipravenou. U prvních posluchačů vyvolal pocit překvapení a údivu. Bylo proto podstatné, aby se s ním společnost naučila

zacházet, aby si rozhlas posluchače nepodmanil a neovládal jejich psychiku. S dalšími elektronickými médii (televizí, internetem atd.) se již šok z nepřipravenosti na novou formu komunikace postupně vytrácel a společnost se s ním vyrovnala lépe.

Specifičnost rozhlasové komunikace je založena na „interpretativnosti a prostorovosti, dynamičnosti (časovosti) a sugestivnosti, nepřetržitosti a okamžitosti, masovosti a dostupnosti, zároveň ale i v důvěrnosti a komornosti percepce, která však nevylučuje kvalitativně odlišný kolektivní poslech“. (Čábelová, 2003, s. 25)

Jednotlivá specifika jsou zde popsána podrobněji:

1. *Interpretativnost* rozhlasu vychází ze skutečnosti, že si posluchač doformuje slyšené ve svém vědomí. Zvuk navozuje dojem prostoru a je třeba, aby recipient zapojil všechny smysly a především svoji představivost. Například při popisu sportovního utkání reportérem rozhlasu: „Dovedeme si vše živě představit, zapomínáme v příjemných chvílích, že nám osud odepřel dar zraku“ (napsaly nevidomé posluchačky reportérovi z rozhlasu po jeho líčení sportovního utkání). (Pacovský, 1993, s. 50)
2. *Nepřetržitost* nenáležela k rozhlasu od počátku, nejdříve trvalo vysílání jednu nebo několik hodin denně, od konce 20. let už celý den. Důležité je, že pokud měl posluchač zájem pořad vyslechnout, musel ho vyhraněný čas nepřetržitě poslouchat. V dnešní době jsou zcela jiné možnosti, posluchač si může kdykoliv pustit pořad z audioarchivu.
3. *Rozhlas jako prostředek masové komunikace* - z jednoho bodu se sdělení vysílá od komunikátora k velkému množství konečných recipientů. Tento proces je jednostranný a neadresný, komunikátor neví, komu sdělení zasílá a adresát na něj přímo neodpovídá.
4. *Komornost poslechu* byla paradoxně zapříčiněna rozptýleností posluchačů. Rozhlas byl nejčastěji poslouchán doma v soukromí, což navodilo v příjemci pocit, že pořad je vysílán jen pro něj, a často tak docházelo až k individuálnímu kontaktu s hlasatelem.
5. Další charakteristikou rozhlasu byla jeho *sugestivnost*, ta byla nejsilnější především na začátku, kdy posluchači nevěděli, jak s médiem zacházet „rozumově“, působil na ně silným dojmem. (Čábelová, 2003, s. 25 – 27) Vystihl to McLuhan, který napsal o Hitlerovi, že to byl právě on, kdo využil sugestivní síly rozhlasu jako nástroje propagandy: „Hitler za svoji politickou existenci přímo vděčil rozhlasu a systémům veřejného ozvučení. Rozhlas poskytl první masivní zážitek elektronické imploze...“ (McLuhan, 2011, s. 312 - 313)

2.5. Vývoj médií ve světě

2.5.1. Vznik tisku a jeho vývoj do 18. století

Lidské dějiny jsou provázány s objevováním nových způsobů komunikace, které se vyvíjely od neverbálních přes ústní projevy, písemný přenos informací až k novým médiím. Rozvoj komunikace je také úzce spojen s vývojem společností a se sociálními institucemi. Velký význam pro vznik masových médií sehrály modernizační procesy společností.

Důležitou invencí byl vynález knihtisku s vyměnitelnými literami. Byl sestrojen kolem roku 1455 Johannem Gutenbergem z Mohuče nad Rýnem v Německu. Knih-tiskařské zařízení postupem doby umožnilo zprostředkovat kulturní statky většímu okruhu lidí než na začátku novověku.

Masovost médií narůstá s objevováním periodicky vycházejícího tisku. Důležitost stálého přísunu informací byla už od nepaměti, a to z vojenské, politické i ekonomické stránky. Periodický tisk měl však větší možnosti než osobní korespondence nebo zprávy předávané ústně. Pravidelně vycházející tisk byl také součástí procesu modernizace spolu s rozvojem průmyslové výroby. Za počátky periodického tisku můžeme považovat první dekádu 17. století, kdy se začaly tyto tiskoviny objevovat, pravidelně začaly vycházet na konci tohoto století.

Za první pravidelně vycházející listy jsou považovány strassburské listy *Relation* v roce 1605 a periodikum *Aviso*, které začalo být vydáváno ve Wolfenbüttelu v roce 1609. V druhém desetiletí 17. století začaly v různých evropských městech vycházet listy s týdenní periodicitou. Díky rozvoji obchodu byla potřeba častých informací stále větší a na konci 17. století již byly vydávány některé noviny třikrát nebo čtyřikrát týdně.

Vzhledem k zvyšování počtu titulů a nárůstu jejich společenského významu vznikla také potřeba rozvoje cenzury a institucí, které produkci novin kontrolovaly. Většinou se jednalo o stát a církve, ty už měly zkušenost s cenzurou knižní sféry. Proti omezování tisku byli podnikatelé a měšťanstvo, v jejich zájmu byl rozvoj tiskařství, ožehavé téma se tak stalo předmětem protimonarchistických debat a součástí procesu modernizace.

V 18. století se k rozvoji měšťanstva přidružilo také zvyšování vzdělanosti, formoval se veřejný prostor, střetávaly se politické názory a debatovalo se o společenských problémech. Na vytváření moderní veřejnosti se podílel periodický tisk tím, že informoval o důležitých

událostech nejen na domácí scéně, ale i ve světě. Také se stal zprostředkujícím komunikačním článkem mezi veřejností a politickou mocí. V novinách se začaly také objevovat praktické informace a rady, jako například cenové přehledy, technické novinky a nové výrobky. Na začátku 18. století začal vycházet tisk s denní periodicitou. Za první anglický deník je považován *The Daily Courant*, který tak začal vycházet v roce 1702.

Kromě novin začaly v tomto období vycházet také časopisy, které měly především funkci vyplnění volného času a rozvíjení zájmových činností. Průkopníky mezi časopisy byla vědecká periodika. (Jirák, Köpplová, 2009, s. 76 - 77)

V druhé polovině 18. století se tisk vyvíjel více systematicky a měl jasnější strukturu, v některých evropských zemích vycházelo více deníků i časopisů, tisk plnil více funkcí, kromě informační, politické, zastával úlohu zábavy. (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s. 40 – 41)

2.5.2. Vývoj v tisku v první polovině 19. století

Na rozvoj tisku v 19. století měly vliv nejen společenské procesy, ale promítly se do něj i technické inovace a technologický vývoj. Změnily se způsoby výroby i distribuce, rychlejší tisk umožnil Königův rychlolist a pozdější rotační tisk. Strojová výroba periodik umožnila snížení jejich ceny a hromadnější výrobu. Rozmach železniční dopravy přispíval ke snadnější distribuci novin z metropolí do všech částí země. Vzhledem k urbanizaci rostl i počet gramotných obyvatel, protože lepší schopnost číst a psát byla od nich vyžadována v práci.

Periodika, která začala vycházet v 30. letech 19. století, byla určená početné skupině gramotných, ale nepříliš vzdělaných čtenářů, označujeme jako masový tisk. Patří sem především noviny, které měly vyšší náklad a byly určeny širokému okruhu čtenářů, v 19. století byly distribuovány především pouličním prodejem. Spolu s masovým tiskem vzniklo také masové publikum. Měnila se grafická úprava tisku, specifický obsah, noviny přinášely poutavé kriminální příběhy, lechtivá témata, zajímavosti a senzace. Změnu prodělala také stylistická úprava textu (kratší a jednodušší texty).

Typickou charakteristikou masového tisku byla jeho nižší cena oproti tisku serióznímu. V USA se vžil v 19. století název pro tento tisk penny press, v německém prostředí Groschenpresse a v českých zemích šestákový nebo krejcarový tisk, název byl odvozen od jeho nízké ceny. (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s. 65 - 66)

Ve Francii je za počátek masového tisku považován rok 1836, kdy byl založen list *La Presse* Émilem de Girardin a periodikum *Le siècle* Armandem Dutacquem. Ve Velké Británii byl zpomalen nástup masového tisku kvůli ekonomickým bariérám novinového trhu, jako daň z reklamy, kolkovné atd. Mezitím v USA vznikaly deníky s velikými náklady. Z těchto byl nejznámější *The Sun* (1833) Benjamina Daye, *New York Herald* (1835) vydávaný Jamesem Gordonem Bennettem a *The Tribune* (1841) vydavatelem Horacem Greeleyem. (Jirák, Köpplová, 2009, s. 83)

2.5.3. Vývoj médií v druhé polovině 19. století

V druhé polovině 19. století postupoval vývoj moderních technologií a vznikaly nové vynálezy. Zásadou využívání inovací v oblasti komunikace rostla rychlost předávání informací, a to znamenalo také rozvoj médií, který byl umožněn vznikem telegrafu a jeho využitím v žurnalistické práci.

V tomto období docházelo také k vzniku tiskových agentur. První byla agentura Havas ve Francii už v roce 1835, další vznikla až v roce 1846 v USA v rámci Associated Press, pak následovaly agentury v Německu (Telegraphisches Korrespondenzbüro) a ve Velké Británii (Reuters). Agentury získávaly aktuální zpravodajství z válečných konfliktů ve světě, periodika se snažila tato zpravodajství využívat. (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s. 92 - 93)

Ke konci 19. století také docházelo k významnému rozvoji masového tisku. V Německu byli vydavatelé, kteří se snažili vydávat noviny pro masové publikum a obsah byl zaměřen tak, aby se přiblížil čtenářům, jedním takovým titulem byl například berlínský *Lokal-Anzeiger*, který na přelomu století dosáhl v Německu nejvyššího nákladu. Německý list, který poprvé použil pouliční prodej, byl *Diesel*.

Ve Francii patřil mezi nejvýznamnější listy určené masovým čtenářům *Le Petit Journal* vydávaný Moiséem Polydorem Millaudem. Na konci 19. století dosáhl titul až milionu čtenářů, oblíbená byla jeho obrázková příloha. Významným listem byl také *Le Petit Parisien*, který byl masovým titulem a jedním z nejčtenějších periodik ve Francii, specializoval se na lokální zpravodajství. (Jirák, Köpplová, 2009, s. 83)

Důležitým mezníkem v rozvoji masového tisku byla změna obchodní strategie nazývaná „northcliffovská revoluce“. Ta spočívala ve změnách reklamních postupů a ve financování, díky této revoluci se z vydávání novin stávalo výnosnější průmyslové odvětví a tituly mohly

být tištěny ve vyšších nákladech. Lord Northcliffe byl britský vydavatel, jehož deník *Daily Mail* byl založen v roce 1896 a později překročil milionovou hranici nákladu.

S atraktivními zprávami, poutavými rozhovory a dojemnými příběhy se zaměřením na nižší střední třídu se Northcliffe zasadil o užívání moderních reklamních postupů, které měly za cíl zvýšit prodejnost novin. Přelomový počín bylo etablování ověřovaných nákladů a také cena inzerce začala být určována podle počtu prodaných nákladů, dříve byla stanovována podle velikosti reklamy. Znamenalo to tedy, čím větší náklad, tím dražší inzerce, poté nižší cena výtisku pro čtenáře.

Northcliffovská revoluce odstartovala období komercializace médií tím, že veškeré ekonomické chování bylo orientováno na zisk, stěžejní bylo udržování a zvyšování počtu čtenářů. (Jirák, Köpplová, 2009, s. 83)

2.5.4. Masová média na přelomu 19. století a začátku 20. století

Závěr 19. století je spojen se začátky filmového odvětví a kinematografie. Bratři Lumièrovi, velcí průkopníci filmu, uskutečnili v Paříži roku 1895 první komerční promítání. Ve stejném roce byl také zprovozněn kinematograf. Spočíval na tom, že návštěvníci byli za poplatek uvedeni do sálů, kde jim bylo promítnuto několik krátkých filmů. Brzy se rozšířil také do dalších metropolí, například do New Yorku. Film začal mít velký potenciál. Vynálezce Edison se spojil s kolegou Thomasem Armatem a spolu vytvořili nový projektor Vitascope. (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 90 – 91)

Na začátku 20. století byly dořešeny problémy s technologií a film se mohl začít prudce rozvíjet, v některých zemích se tedy vyvíjela nová forma komunikace jako například v Německu nebo Itálii. V Anglii představoval film formu uměleckého vyjádření, samozřejmě byl také zdrojem zábavy a zisku. Komercializace tohoto média byla patrná na americkém Hollywoodu, kde byla většina filmů v té době vyráběna. Příběhy, nejčastěji dobrodružné, se staly oblíbenou zábavou masového publika a zároveň i levnou variantou trávení volného času. Zápletky filmů nebyly složité, jejich stylizování bylo jazykově bezbariérové, proto se na filmy chodili často dívat přistěhovalci i negramotní občané. (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 90 – 92)

První kinosály nesly název nickelodeny, protože vstup do nich stál niklák, v roce 1908 bylo těchto promítacích sálů v USA kolem 8000. Levným kinům se také říkalo šestáková

kina. Vzhledem k velké oblíbenosti nového média se filmové společnosti rychle rozšířily. Postupně se filmy prodlužovaly a ustanovil se také systém hvězd. Slavnými herci byli například Charles Chaplin, který proslul svými groteskami, Douglas Fairbanks, který se proslavil více až svými filmy ve 20. letech, například filmem Zorro mstitel. Neutěšené nickelodeny začaly ve dvacátých letech nahrazovat větší a modernější promítací sály, některé byly tak luxusní, že evokovaly představy chrámů, které uctívají v tomto případě filmové hvězdy. (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s. 130)

2.5.5. Média za první světové války

Během první světové války se začala využívat schopnost médií ovlivnit velké množství lidí, a to promyšlenými postupy. Rozsáhlé použití propagandy umožnilo ve válce propojit komunikaci mezi bojujícími vojáky a zázemím. Propaganda, především filmová, měla dva účely: posilovat morální uvědomění vojáků a vlastenectví u civilistů, ale také podlomit morálku protivníků. (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s. 131)

Rozvoj filmu znamenal jeho etablování jako masového média, které přibýlo k masovému tisku. Tato skutečnost a uznání masového publika rozvíjelo koncept *masové společnosti* jako nového typu společnosti, který se ustanovil postupně v euroamerickém okruhu v průběhu modernizačního procesu. (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s. 131)

V tomto negativistickém modelu ztrácí jednotlivec pracující u pásové výroby ideu o vzniku produktu, na kterém se podílí, také přestává být touto činností naplněn. Francouzský funkcionalista Émile Durkheim popsal masovou společnost jako masu neodlišitelných, atomizovaných jednotlivců. Sociolog Gustav Le Bon, který se zabýval psychologií davu, upozornil na proměnu společností ve 20. století, kdy podle něj vzniklo století davů. Filosof a sociolog Ortega y Gasset jeho myšlenku rozpracoval, zabýval se hrozbou diktátu mas, které ve společnosti staví nekulturní a pokleslé požadavky, jež půjdou ruku v ruce s podřadnými kulturními normami. Nad ideami převažují nízké spotřební vzorce s cílem uspokojování potřeb pomocí médií. (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s. 132) Ačkoliv některé pesimistické ideje byly přehnané, autoři se shodli na určitém vlivu médií na masovou společnost, která se podílela na ustanovení této společnosti. (Reifová, 2004, s. 233)

2.5.6. Meziválečná léta a rozkvět médií – 20. a 30. léta 20. století

Přestože byla politická scéna 20. a 30. let 20. století neutěšená a kulturní sféra rozjitřená, mediální oblast zaznamenala období rozkvětu.

Rozšíření rozhlasu znamenalo položení institucionální a technické základny pro výrobu a šíření masové kultury. S masovým rozvojem rozhlasu a filmu se hovoří o *prvním prahu zmasovění kultury*. (Kloskowská, 1967, s. 133)

Film se v meziválečném období plně rozvíjel, dosáhl uměleckých hodnot a tato éra je označována jako období nového umění. V Sovětském svazu proslavili ruský film režiséři Sergej Ejzenštejn s filmem *Křižník Potěmkin*, Dziga Vertov se svými dokumenty a filmovými týdeníky nebo Vsevolod Pudovkin, autor filmu *Bouře nad vsí*. Ve Spojených státech se ve 20. letech rozvíjela groteska, kromě komika Chaplina byly populární filmy s Busterem Keatonem nebo Haroldem Loydem.

V druhé polovině 20. let byl film obohacen o zvukovou synchronizovanou stopu. Zvuková nahrávka přinesla filmu nové umělecké možnosti, příkladem toho jsou snímky francouzského režiséra René Claira. (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s. 153)

V USA se film stal součástí trávení volného času rodin a plnil funkci zábavního média. Jako obchodní odvětví přispíval do americké ekonomiky a „jako kulturní inovace se stal institucionalizovanou každotýdenní zvyklostí“. (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 92)

Velkou událostí ve vývoji masových médií bylo zavedení pravidelného rozhlasového vysílání ve 20. letech a rozvoj televizní technologie ve 30. letech. První rozhlasovou stanicí s cílem získat za vysílání určitý zisk v USA byla stanice KDKA, která začala vysílat již na podzim roku 1920. Mezi první veřejné rozhlasové stanice v Evropě patřila londýnská BBC v Chelmsfordu, jejímž modelem vysílání se inspirovaly i jiné evropské stanice. Poté následovala francouzská stanice v Paříži a švýcarská v Laussane v roce 1922. (Trubačová, 2010, s. 8)

Vedle těchto technologických inovací docházelo k institucionálnímu rozvoji rozhlasového a filmového média. Prostředky masové komunikace začaly být také používané státem k propagandě, což bylo znatelné při zostřování mezinárodní situace v případě Sovětského svazu a hitlerovského Německa ve 30. letech. (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s. 154)

2.5.7. Média během druhé světové války od roku 1939 do roku 1945

Válečná situace měla vliv na mediální komunikaci, změnila úlohu jednotlivých médií. Výrazně se posílila jejich společenská a politická funkce. Média byla v tomto období jak v zemích Evropy, tak ve Spojených státech nástrojem válečné propagandy, tentokrát však měla oproti první světové válce posilu v rozhlasu, který se ukázal jako účinný šířitel propagandy. Součástí válečné taktiky bylo vytvářet v médiích osvětové a agitační obsahy, záměrné zveřejňování nebo zatajování strategických informací.

Od všech médií se za války požadovala podpora vědomí jednoho národa, utužení morálky, demoralizování nepřítele a zároveň ovlivňování obyvatel okupovaných zemí, a to prostřednictvím propagandistického filmu nebo sugestivního rozhlasového vysílání do zahraničí. Patřilo sem i distribuování letáků mezi válečné protivníky a na okupovaná území. Na těchto územích se dělila média na dvě sféry: legální, která byla podřízená propagandě, opatřená cenzurou a ilegální - odbojovou, která byla ostře stíhána, často navazovala na mediální produkci ze zahraničí.

Především rozhlas považovali němečtí nacisté za důležitý propagandistický nástroj. Veliký vliv mělo toto médium i v zemích, které se přímo nenacházely ve válečném stavu (USA). Rozhlas byl důležitý, protože přinášel čerstvé zprávy z bojiště a navíc nepřetržitě, zároveň byl levným zdrojem informací. V zemích zasažených válečnými konflikty se většinou posílila jeho pozice. (Bednařík, Jiráček, Köpplová, 2011, s. 188)

Filmové médium bylo válkou také zasaženo. Představitelkou propagandistického filmu v nacistickém Německu byla Hitlerova režisérka Leni Riefenstahlová. Tyto filmy byly promítány na nacistických sjezdech i civilistům, známý je film Vítězství vůle, který opěvoval německé bojové jednotky. (Prokop, 2005, s. 264)

Výroba filmů s válečnou i agitátorskou tematikou probíhala i v jiných zemích, příkladem je americký snímek Směr Tokio z roku 1943 v titulní roli s Cary Grantem. Vznikaly také propagandistické ruské filmy, které opěvovaly velké činy v historii, například Kutuzov nebo Ivan Hrozný z roku 1944. Kromě výše zmíněných filmů vznikaly i komedie sloužící k odreagování od tíživé válečné situace. Větší část snímků v té době vznikala v USA, vzhledem k válce americká produkce převážila nad evropskou. Začaly se již točit také barevné filmy.

Rozvoj televize, který před válkou započal, byl válečnou situací pozastaven a pokračoval až po jejím skončení. (Bednařík, Jiráček, Köpplová, 2011, s. 188)

2.5.8. Poválečná situace masových médií od roku 1945 do roku 1948

Po skončení druhé světové války bylo nutné, aby se země zasažené válkou vyrovnaly politicky, ekonomicky, právně i morálně s jejími následky. Poválečná obnova se týkala také mediální oblasti.

Německý masový tisk spočíval po válce na systému licencí. Spojenci zde určovali, kdo dostane povolení na vydávání periodik, tisk tak podléhal cenzuře prováděné spojenci, mělo se tím zabránit bujení pronacistických ideologií. Na osvobozených územích, tedy včetně Československa, vznikly mechanismy pro očistu médií. Bylo nutné se vypořádat s těmi, kteří byli během války nápomocni okupační moci. Tato obroda se dotkla všech typů médií. (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s. 217 - 218)

Válka a poválečný vývoj se promítl i do vývoje médií v zemích, které nebyly okupované. Během války se vyvíjel především rozhlas, který měl díky rychlému přenosu informací velký význam. Důležitá byla také existence filmu. Oblíbenost těchto médií a válka ukrojily část nákladu z masového tisku. Rozhlas i film poskytovaly jak zpravodajství, tak zábavu a byly tak funkční náhradou toho, co dříve poskytovaly noviny. (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 73)

Po válce nastal prudký rozvoj televize. Britská televizní stanice BBC začala opět vysílat v lednu 1946, v červnu měla 14 000 přihlášených přístrojů. Rozvíjelo se hlavně vysílání v USA, televizní trh byl oligopolistický, konkurovaly si tam tři televizní stanice NBC, CBS a ABC. V roce 1945 vlastnili diváci 8 000 televizních přijímačů, jejich počet pak stále narůstal i přes jejich vysokou cenu, v roce 1947 byl počet televizorů 200 000 a v roce 1948 750 000. (Prokop, 2005, s. 287 - 288)

Do vývoje médií se promítlo bipolární rozdělení světa. Po válce bylo zahájeno soudní řízení proti monopolizaci filmového průmyslu, která hrozila ze strany komerčních institucí. V roce 1947 začal řešit americký kongres pronikání komunismu do filmových studií. Vznikl výbor, který vyšetřoval projevy neamerické činnosti a pokud s ním pracovník studií nechtěl spolupracovat, musel ze svého místa odejít.

Vzhledem k prudkému rozvoji médií došlo k zvýšenému zájmu o to, zda plní média ve společnosti pozitivní úlohu. Z tohoto důvodu zřídil britský parlament v roce 1947 Královskou komisi pro tisk, která se zabývala vzrůstající monopolizací tisku v Británii a jejími dopady na objektivitu zpráv a možnosti vyjadřování názoru veřejnosti. V USA byl v roce 1947 zaveden podobný výbor s názvem Komise pro svobodu tisku a zkoumal, jestli jsou podmínky svobody

tisku dostatečně plněny jako důležitý předpoklad správného fungování médií ve společnosti. (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s. 217 - 218)

2.5.9. Média od roku 1948 do konce 60. let 20. století

Tisk si v těchto letech zachovával funkci zprostředkovatele veřejné a politické komunikace. Všeobecným trendem byla sestupná tendence nákladů novin. Populární byly v této době zvláště časopisy zabývající se životním stylem, rozhlas si držel stále své opodstatnění v mediální oblasti. Celkově však tištěná média v 60. letech zažívala stagnaci, rozvíjela se spíše periodika poskytující zábavu, například *Bild-Zeitung* nebo ve Švýcarsku deník bulvárního charakteru *Blick*.

Druhý práh zmasovění kultury nastal v 50. letech 20. století. Souvisí s ním rozšíření nového média, televize. (Kloskowská, 1967, s. 138) Technologickou inovaci, progresivní vývoj a institucionalizaci prožívalo v 50. a 60. letech televizní vysílání ve světě. Stávalo se postupně součástí veřejného a politického života.

Významné události na sebe začínaly strhávat pozornost televize. Například britská BBC odvysílala v roce 1953 přenos korunovace královny Alžběty II. Televizní zpravodajství a publicistika získávaly význam v politickém životě. Tato tendence byla výrazná zvláště v USA. Začínaly se také vysílat televizní debaty s politiky. (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s. 246)

Zatímco pro Spojené státy byly typické komerční televizní stanice (vysílaly na základě licence udělené státem a jejich zisk plynul z příjmů z reklam), v Evropě převažoval veřejnoprávní typ vysílání. Těmto médiím náležela funkce služby veřejnosti. Jejich posláním bylo rozvíjet demokracii, představovat názorovou pluralitu a sloužit veřejným zájmům. (Landová, Škaloudová, Dobal, 2003, s. 10) Například západní Německo (televize začala vysílat v roce 1954) hledalo v poválečné době vhodný vysílací systém. Autoři mediálních systémů v Evropě se nechtěli inspirovat komerčním televizním a rozhlasovým vysíláním v USA, kde na trhu působily tři oligopoly a komerční stanice. Nezdál se jim přijatelný ani systém státního rozhlasu, který byl během druhé světové války zneužit nacisty. V západním Německu bylo nakonec zavedeno podle britského systému (BBC) veřejnoprávní vysílání. Měla tak být zajištěna rozmanitost názorů a objektivnost informací ve vysílání, demokratický přístup na poli veřejném a politickém, jednalo se tedy o principy, jaké by měly veřejnoprávní

televize zastávat ve svobodných zemích. Veřejnoprávní systém posléze v Německu zkosnatěl, vliv na něj měly politické strany CDU a SPD.

V 60. letech se stala televize stěžejním masovým médiem s významným množstvím diváků a zapojovala se do veřejného života. Televizní zpravodajství zasahovalo nejen do domácí politické scény, ale účastnilo se dění i v zahraničí, například živým zpravodajstvím z války ve Vietnamu. (Bednařík, Jiráček, Köpplová, 2011, s. 282)

V roce 1954 se začaly v USA prodávat barevné televizory. Postupně se zlepšovala technická kvalita přístrojů, do níž patřilo zlepšování kvality obrazu a zvětšování obrazovky. Od 50. let nastupovaly kabelové televize, které měly překonat problémy se špatným signálem a interferencí. Kabely byly využívány k tomu, aby mohl být program stanic přenesen z větších vzdáleností přímo do domácností v požadované kvalitě. Přes problémy s jurisdikcí dostávalo tento signál v roce 1960 více než 2 % procenta amerických domácností.

V této době se začala také rozvíjet záznamová technika, ale zařízení se vyrábělo v přijatelných velikostech až v 70. letech, kdy se videa rozšířila do domácností. (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 73)

2.5.9.1. Film 50. a 60. let 20. století

Kinematografie 50. a 60. let nabývala zajímavých rozměrů. V tomto období ji lze rozdělit na dva směry: hollywoodskou a evropskou. V USA se zvyšovala oblíbenost televize a klesala tak návštěvnost kin, přestože se kina snažila přilákat diváky například projekcemi filmů, kde se diváci mohli dívat z auta.

Hollywoodská produkce se podřizovala požadavkům televize a určujícím kritériem filmů byla především zábava. Hodně se točily žánrové filmy, westerny, komedie či sci-fi.

Evropské filmy této doby patřily svou kvalitou do sféry vysoké kultury. Ve francouzské kinematografii se na konci 50. let zformovala tzv. nová vlna, známým představitelem byl Jean-Luc Godard a jeho film Pohrdání nebo režisér Francois Truffaut se snímkem Nikdo mě nemá rád. Slavný byl v té době švédský režisér Ingmar Bergman, jeho neznámějším filmem se stala Sedmá pečeť. Režisér, který se inspiroval prvky surrealismu a neosurrealismu, byl Federico Fellini (například film Silnice).

Do filmů 60. let také pronikala populární hudba, ukázkou tohoto směru je americký film Absolvent s písněmi Simona a Garfunkela, v hlavní roli hrál Dustin Hoffman. Ve filmech se

promítala i politická situace, v USA jsou to například snímky Emila de Antonia, patří sem i česká nová vlna (režiséři Miloš Forman nebo Jiří Menzel). (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s. 281 - 282)

Návštěvnost v kinech klesala již v 50. letech a tento trend pokračoval i v 60. letech, týkalo se to jak Spojených států, tak Evropy. Jednou z příčin snižující se návštěvnosti v amerických kinech byl proces motorizace, koupě aut zatížila členům společnosti rozpočty a zároveň umožnila jinou volbu trávení volného času, než byla návštěva kina. Důležitým faktorem se stala především televize, kterou diváci vyměnili za kino. V rámci Evropského hospodářského společenství došlo k úbytku návštěvníků v kinech mezi lety 1956 až 1961 o 21,5 %. Kolem roku 1960 neztrácela kina na oblíbenosti jen v zemích s nízkými průměrnými příjmy jako Austrálie, SSSR nebo Libanon. (Prokop, 2005, s. 288)

2.5.10. Vývoj médií v 70. a 80. letech 20. století

Prostředky masové komunikace plnily v 70. a 80. letech stále tradiční funkci a zároveň začaly více podléhat komercializaci.

Náklad deníků se v 70. a 80. letech 20. století ve Velké Británii a Francii snižoval, zatímco v západním Německu a v Japonsku se mírně navyšoval. Specifikem tohoto období byl rozvoj křížového vlastnictví, stále častější byla kombinace vlastnictví tištěných titulů a televizních nebo rozhlasových stanic, také se rozšiřovalo vlastnění filmových studií dohromady s televizními stanicemi. Docházelo k rozmachu bulvárních titulů a jejich propojení s politickou reprezentací.

Americký tisk stál v 70. letech u dvou událostí, kterými potvrdil svůj význam pro uchování a podporu demokracie. Jednou z nich bylo v roce 1971 zveřejnění dokumentů o vzniku války ve Vietnamu významnými deníky. O tomto uveřejnění listin patřících ministerstvu obrany se vedlo soudní řízení, které nakonec vyhrály noviny. Další aféra, která potvrdila sílu médií, se udála v letech 1972 – 1974 a nesla název Watergate. Jejím výsledkem bylo, že R. Nixon jako první prezident v historii USA odstoupil ze své funkce. (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s. 321 - 322)

Ve Spojených státech došlo k rozmachu komerčního televizního trhu, rozvíjely se kabelové televize, satelitní vysílání a placené programy. Kabelová televize nefungovala jen v regionech se špatným signálem, a proto byly jednotlivé oblasti přes satelity postupně propojeny. V roce 1977 bylo takových sítí 500 a o pět let později jich bylo propojeno 5 000.

Toto období je příznačné specifikací a zároveň rozrůzněním televizního obsahu. Vznikaly specializované programy bez reklam, za které se platilo, například filmový kanál HBO nebo hudební kanál MTV. Byly zakládány nejen celostátní, ale také lokální stanice. (Prokop, 2005, s. 321)

K inovacím v televizním vysílání docházelo také v Evropě, kde se v 70. a 80. letech 20. století rozvíjel komerční způsob vysílání. Většina evropských stanic zaváděla duální systém vysílání, kromě veřejnoprávních stanic se na mediálním trhu začaly vyskytovat komerční soukromé stanice. Tento proces byl nazvaný deregulace. Ve Velké Británii začal být zaváděn již v 50. letech, Itálie ho uskutečnila v polovině 70. let, Francie také, úspěšnost slavil v 80. letech například komerční kanál Canal Plus. Ve Spolkové republice Německo byla deregulace předmětem diskuzí spolu se zavedením kabelové televize, nakonec zde začaly fungovat komerční formy vysílání, stanice RTL Plus poprvé vysílala v roce 1984. (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s. 282, 321, 322) Novinkou u těchto televizí byla odpovědnost za programy, které vysílaly, jejich zisky mohly plynout pouze z reklam a sponzoringu. (Prokop, 2005, s. 321)

Větší rozmach zažívala také videa. Na začátku 70. let byly ještě videopřehrávače drahé a neforemné, postupně se však cena snížila, přístroje byly zdokonaleny a odlehčeny, začaly se vyrábět také VHS kazety. V 80. letech bylo vybaveno stále více domácností videem, v roce 1986 ho vlastnilo 40 % amerických domácností. S rozšířením videorekordérů jsou spojeny nové vzory chování publika, divák nemusel být u televizoru, když běžel jeho oblíbený program, ale mohl si ho nahrát. (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 130 - 132)

Stejně jako televizní bylo i rozhlasové vysílání v evropských zemích komercializováno. Rozhlas se v těžkém konkurenčním boji s televizí snažil posluchače zaujmout novými alternativami, vznikaly specializované, tedy formátové programy, které se snažily vystihnout konzumentovo emoční naladění. Formátem rozhlasové stanice je míněna jeho programová koncepce nebo žánr. Jednotlivá rádia se zaměřovala na popmusic, vážnou hudbu, jazz, rock atd. Prostředky formátování mohly být například: styl hudby, způsob moderování, soutěže, reklamní spoty nebo jejich prezentace na veřejnosti. Formátové stanice přitahovaly více pozornosti posluchačů než veřejnoprávní.

Komercializace, zábavní funkce a orientace na zisk jsou charakteristiky médií na západě v 70. a 80. letech. Naproti tomu v zemích sovětského bloku byla média zestátněná, plnila funkci služby vládnoucí straně a její podpory, žádný duální systém tady neexistoval. Komerční média a spotřební způsob života se tak stal příznačným pro média západního světa, ke kterým obyvatelé země sovětské sféry nahlíželi bez kritického pohledu. Komercializace a

spotřebního stylu života se tyto země dočkaly až v 90. letech, kdy zavedly duální systémy vysílání. (Prokop, 2005, s. 329 - 331)

2.6. Faktory ovlivňující vývoj rozhlasu v Československu

Československý rozhlas se během svého vývoje stal důležitým kulturním a společenským fenoménem. Toto masové médium mělo již v druhém desetiletí své existence u nás více než milion posluchačů a během svých dějin získalo velký vliv, změnilo způsob veřejné komunikace, působilo na fungování politického systému, přineslo nové podoby kultury a ovlivnilo i sféru ekonomickou. V této kapitole se budu zabývat společenským, ekonomickým, politickým a kulturním kontextem ve státě a dalšími vnějšími podmínkami, které působily na rozvoj rozhlasu.

2.6.1. Vnější podmínky rozhlasového vysílání ve 20. a 30. letech 20. století

Československo bylo na začátku 20. let poměrně stabilizované a rozhlasové vysílání tak mohl v roce 1923 zahájit soukromý subjekt. Důvody časného zasažení státu do tohoto podnikání nevycházely ani z tehdejší politické situace, ale stát si tím posílil autoritu a navíc finančními dotacemi byly rozšířeny hospodářské možnosti rozhlasu. Politická situace hrála zásadnější roli v rozhlasovém vysílání v druhé polovině 30. let, kdy se vyostřily politické poměry v Evropě. Politická krize vyvolala větší zájem o rozhlas a vlivem toho se zvýšil dohled státu nad rozhlasem. Byla také zpřísněna cenzurní povinnost, která se týkala programové skladby a prověřování pracovníků rozhlasu. (Čábelová, 2003, s. 31 - 32)

2.6.1.1. Ekonomické a společenské faktory

Ekonomická situace ve 20. letech byla pro rozhlas velmi příhodná. Problémy se však objevily na počátku 30. let ve spojitosti se světovou hospodářskou krizí.

Z hlediska vývoje rozhlasového vysílání byla důležitá elektrifikace Československa, která systematicky postupovala v poválečném období. Zatímco elektrifikace měst a průmyslové výroby probíhala dynamicky, na venkově postupovala velmi pomalu. V roce 1928 mělo k dispozici elektrickou energii 75 % obyvatel v českých zemích a 64 % obyvatel celé republiky. Rozmach elektrotechnického průmyslu byl ve srovnání s některými západními státy na nižší úrovni.

První podniky, které vyráběly elektrotechnická zařízení, byly většinou řízené zahraničním kapitálem, například Radioslavia, která se zaměřovala na výrobu rozhlasových přijímačů a podílela se na rozvoji rozhlasu v Československu. Zahájení pravidelného rozhlasového vysílání odstartovalo rychlý a přirozený rozvoj radioprůmyslu. Ekonomický rozkvět, který nastal v roce 1924 a trval až do roku 1929, pozitivně ovlivnil vývoj rozhlasového vysílání a pomohl mu překlenout obtížné počátky. (Ješutová a kol., 2003, s. 14 – 15)

Na počátku 30. let však zasáhla Československo světová hospodářská krize, postihla pracující nezaměstnaností a průmysl zaznamenal propad výroby. Rozhlas byl zasažen zvýšeným odhlašováním koncesí z důvodu špatné finanční situace posluchačů. Zároveň však u některých koncesionářů vedl nedostatek financí k posílení pozice rozhlasového vysílání, které pro ně bylo důležitým pramenem informací. (Čábelová, 2003, s. 32)

2.6.1.2. Vzdělání a kultura

Stabilizace vnitropolitických i zahraničních poměrů se ve 20. letech odrazila i do sféry kultury, vzdělávání a výchovy společnosti. Byl kladen důraz na vyšší úroveň školství a vzdělávání, což bylo osvětově považováno za nezbytný aspekt pro rozmach ostatních společenských odvětví. Zvyšování vzdělanostní úrovně obyvatelstva zajišťoval systém státních škol a řada dalších vzdělávacích a podobných institucí (lidové školství). Jednou z organizací byl Osvětový ústav, jehož název se v roce 1925 změnil na Masarykův lidovýchovný ústav. Zasadil se o rozvoj kultury, podílel se na tvůrčích činnostech občanů ve všech regionech a také kooperoval s rozhlasem.

Kromě vzdělanosti se vyvíjela v tomto období také česká kultura. Pozitivní rozvoj byl umožněn probíhajícím procesem demokratizace a legislativním zabezpečením občanů prostřednictvím všech občanských práv a svobod. (Ješutová a kol., 2003, s. 15 – 16)

2.6.1.3. Národnostní a sociální podmínky

Hospodářská krize zapříčinila v 30. letech prohloubení vnitřních problémů a protikladů státu v mezinárodně bezpečnostní, národnostní, ale také sociální oblasti.

Spornou otázkou československého státu bylo národnostní složení obyvatelstva, což se týkalo německé menšiny i slovenských občanů. Do společnosti byli problematicky včleňováni němečtí občané z důvodů nacionálních předsudků a aktivit krajního německého nacionalismu. Poměry na Slovensku byly nepříznivé vzhledem k trvalým neuspokojivým snahám o uplatnění práv Slováků na autonomii, která se jim podařila uvolněním z Československé republiky v roce 1939. Bezpečnost státu byla tedy ohrožována jak ze strany Slovenska, tak Německa.

V sociální oblasti nastaly větší problémy, československý stát v době hospodářské krize snížil o třetinu průmyslovou výrobu a prudce se zvýšil počet nezaměstnaných obyvatel, který se blížil k jednomu milionu. Docházelo proto k hladovým protestům, k akcím uspořádaným politickou vládní opozicí a byly potlačovány další masové demonstrace občanů. (Trubačová, 2010, s. 13)

2.6.2. Protektorát Čechy a Morava od roku 1939 do roku 1945

2.6.2.1. Historická situace

Politický neklid sílil již v roce 1938, především díky iniciativě nacistického Německa a jeho dobovatelských plánů ve střední Evropě. Na konferenci v Mnichově byla podepsána smlouva Mnichovská dohoda s Německem, Velkou Británií, Francií a Itálií. V ní bylo ujednáno, že pohraniční území Československa bude připojeno k Německu.

Situace se vyostřila po vyhlášení tzv. Slovenského štátu, když armáda Německa započala 15. března 1939 okupaci českých zemí. 16. března tohoto roku byl vyhlášen Protektorát Čechy a Morava, který už neměl reálnou autonomii. Trvalo pak dalších šest let, než se české země vymanily z německé nadvlády. Němci bez skrupulí vykořisťovali české hospodářství. Ekonomické podrobení vyvrcholilo celní unií s německou říší, která byla uskutečněna 1. října 1940.

Česká mediální legislativa byla též podřízena německým úřadům. Okupační orgány rozhodovaly v otázkách cenzury, adaptovaly sice zákony první republiky, ale v cenzuře používaly podle svých potřeb kontrolní praxi druhé republiky. (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 87 – 90)

2.6.2.2. Ekonomické a technické faktory

Okupace zasáhla rovnováhu ekonomických poměrů v médiích, samozřejmě také v rozhlase. Hospodářský život byl všestranně regulován. Byla nastolena řízená ekonomika, utlumení výroby a obchodu, dohled nad zahraničním obchodem a kontrola zemědělství. Také byl zaveden přidělový systém zásobování. (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 87 – 90)

Neutěšená válečná situace se odrážela v technickém zázemí médií, především tisku. Rozhlas byl velmi zasažen, týkalo se to jeho činnosti v územním rozsahu, v národnostní rozmanitosti. Také bylo postihnuto technické zázemí, hmotná podstata a složení pracovních sil. (Ješutová a kol., 2003, s. 148)

2.6.2.3. Kulturní a společenské faktory

Během války bylo protektorátní hospodářství zcela podrobno říšským zájmům, což se odrazilo na náladě ve společnosti, která byla velice nepříznivá, občané byli zničení válkou a nespokojeni se sociální situací. Válka omezovala materiální prostředky, což se více než v rozhlase odrazilo především v tištěných médiích. Novinový papír měl zhoršenou kvalitu a byl na přiděl. Po srpnu 1944 byla také uskutečněna opatření omezující český kulturní život, došlo také k restrikci fungování médií. (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 87 – 95)

2.6.3. Poválečná léta obnovy a mocenský převrat od roku 1945 do roku 1948

2.6.3.1. Historický a ekonomický kontext

Zdatná diplomacie zahraničního odboje a aktivity domácího a slovenského národního odboje pomohly v roce 1945 vytvořit vhodné prostředí k poválečné obnově Československa vedle vítězných mocností. Proti první republice došlo k různým změnám, Československé republiky se zmenšila rozloha. V červnu 1945 byla stvrzena československo-sovětská smlouva, podle které byla Podkarpatská Rus přidělena k SSSR.

Po skončení války došlo k zákazu kolaborujících stran a jejich tisku. Na politické scéně dominovaly tyto strany: Komunistická strana Československa, Československá strana sociálně demokratická, Československá strana lidová a Československá strana národně socialistická. Na Slovensku zbyly strany: Komunistická strana Slovenska a Demokratická strana. Posilování levice bylo sice po válce v Evropě trendovým jevem, ale likvidace pravice byla uskutečněna pouze v Československu. (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 113 – 114)

Změnila se také mocenskopolitická situace v republice, zesílil vliv zaměstnanců, odborů, zvýšilo se postavení středních vrstev. Významnou pozici získalo revoluční odborové hnutí, které se stalo masovou organizací. Dalšími důležitými institucemi byly Jednotný svaz československých zemědělců a jeho slovenská obdoba Jednotný svaz slovenských rolníků a další. Důležité především bylo, že velký politický vliv získali komunisté. Košický vládní program předznamenal nové politické směřování. Bylo to prohlášení nové vlády zabývající se programem, který deklaroval zaměření na Sovětský svaz a zakazoval pravicové strany. Médii deklaroval svobodu slova a podporoval personální očistu novinářských a rozhlasových pracovníků od zrádců a kolaborantů. Poslání médií definoval jako službu lidu, ne však soukromým zájmům, média se měla podílet na plnění státních zájmů. Komunistická strana Československa vykazovala vliv na média již před únorovým převratem v roce 1948, rozhlasové vysílání a kinematografii měla také pod svou kontrolou. (Ješutová a kol., 2003, s. 186)

Ministrem nově zřízeného ministerstva informací se stal komunista Václav Kopecký. Byly přeregistrovány všechny vydávané tituly, vydávat tiskoviny mohly tedy jen státem schválené politické strany, státní úřady a důležité společenské organizace.

Vznikla také komise pro očistu médií. Žurnalisté museli dostat od této komise potvrzení o bezúhonnosti, aby mohli nadále setrvat v novinářské organizaci. Kolaboranti byli sankcionováni podle míry prohřešku, nejtěžší provinění šla k soudu, ostatním dávala komise od termínovaného po doživotní zákaz činnosti, někomu byla udělena jen pokuta.

Ve volbách v roce 1946 získali jasné vítězství komunisté. Předsedou nové vlády se stal Klement Gottwald, komunisté v ní disponovali devíti ministry, ostatní zabrali patnáct křesel, poslední dvě křesla měl ministr zahraničí Jan Masaryk a ministr obrany Ludvík Svoboda. Komunisté tedy obsadili strategická ministerstva informací a vnitra, velkou kritiku vyvolávala komunistická zemědělská politika. Nejvýznamnější poválečné kritiky, které vycházely na stránkách názorových deníků, psali Pavel Tigríd, Ferdinand Peroutka, Václav Černý a další.

Situace na politické scéně se ještě vyostřila odmítnutím tzv. Marshallova plánu (hospodářská pomoc USA evropským státům). Odpor ministra vnitra Vladimíra Noska podřídit se rozhodnutí vlády vedl k demisi nekomunistických ministrů. Následně komunisté využili svého vlivu na společnost a uspořádali stotisícové manifestace. Prezident Edvard Beneš pod nátlakem komunistů a z obav z občanské války demisi přijal a došlo k mocenskému převratu v zemi. Československo se stalo republikou s vládou jedné strany, KSČ. (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 122 – 126, Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s. 218 – 219)

2.6.3.2. Situace v kultuře a literatuře

Po válce došlo k obnovení kulturního života. Země, které nebyly okupované, upouštěly od kontroly kulturní produkce, jež sloužila většinou k válečné propagandě. Do zemí, které byly během války pod okupační správou, se vraceli intelektuálové, vědci, umělci, spisovatelé a novináři, kteří utekli ze země před nacisty. Znovu se začaly vydávat noviny a časopisy, v červnu 1945 se otevřely po dlouhé době vysoké školy, lidé opět mohli navštěvovat divadla a kulturní domy, začal fungovat PEN klub.

Došlo ke znárodnění společenských organizací, v létě 1945 byla znárodněna kinematografie a během podzimu se tak stalo i s gramofonovým průmyslem a Českou filharmonií.

Košický vládní program byl nejdříve akceptován kulturními představiteli a uměleckou sférou. Poprvé bylo nové kulturní směřování představeno na shromáždění kulturních pracovníků 29. května 1945. Podle nové koncepce KSČ byl ukazatelem kvality uměleckého

díla poměr k lidu, základním nedostatkem bylo neurčité užití pojmu lid a lidovost. Na sjezdu KSČ byla v březnu 1946 posunuta rovina kultury do ideové konfrontace. Na to pak odpověděl Syndikát českých spisovatelů na svém sjezdu v červnu 1946, že požaduje „naprostou svobodu umělecké tvorby a jejich nezávislost na politice“. (Ješutová a kol., 2003, s. 187) Komunistická strana však stále apelovala na své stanovisko. Nespokojenost s novou koncepcí kultury dále trvala a nic na ní nezměnil ani vznik Kulturní jednoty, která zasedala poprvé v dubnu 1947. Celý spor nakonec vyvrcholil Sjezdem národní kultury v dubnu 1948, kde zazněly projevy Klementa Gottwalda a další stanoviska podporující koncepci vlády. KSČ uplatňovala vliv nejen na kulturu, ale také na média. (Ješutová a kol., 2003, s. 187 – 188)

2.6.4. Budování socialismu od roku 1948 do roku 1967

2.6.4.1. Historické, národnostní a hospodářské podmínky

Únorem 1948 vstoupila celá republika i rozhlas do těžkého období poválečné existence. Československo se stalo satelitní zemí Sovětského svazu. V duchu jeho ideologie byl postupně utužován totalitní režim založený na vládě jedné strany. Nejvlivnějším politikem v zemi byl předseda KSČ, později první generální tajemník ÚV.

Komunistická strana posílila své postavení přísnou vládou především na přelomu 40. a 50. let, kdy se odehrály kruté politické procesy, které KSČ vykonstruovala proti všem domnělým odpůrcům. Z politických příčin bylo popraveno asi 250 „odpůrců režimu“, mezi nimi byla i Milada Horáková. Kolem 200 000 lidí bylo zavřeno do vězení. Hrůzovláda polevila až po Stalinově a Gottwaldově smrti v roce 1953.

Odsun německého obyvatelstva, který nastal po válce, spolu s návratem Čechů zpět domů vytvořil z českých zemí etnicky homogenní národ. Na Slovensku však zůstala maďarská menšina ve velkém počtu a představovala potenciální problém politických sporů. Kromě problematických slovensko-maďarských vztahů byly komplikované také relace slovensko-české.

I přes odsun německého obyvatelstva se československé hospodářství zotavovalo po válce rychleji než jiné země. Pracovní nasazení Čechů a Slováků a mezinárodní plán obnovy UNRRA dobře nastartoval československou ekonomiku, vzápětí ji však poškodilo odmítnutí

Maršallovu plánu v roce 1947. Obava, že by mohla nastat hospodářská krize a vysoká nezaměstnanost, zapříčinila souhlas obyvatel se znárodněním a plánovaným hospodářstvím. KSČ zavedla centralizovaný hospodářský systém, v kterém nebylo místo pro tržní hospodářství a soukromé podnikání. Ekonomika fungovala na základě pětiletých plánů. Přestože se režim oháněl rovností práv a majetku, ve skutečnosti životní úroveň obyvatelstva nenarůstala.

Československo se postupně zaměřovalo na těžký průmysl a zbrojní výrobu. Podíl na tom měla především organizace Rada vzájemné hospodářské pomoci (RVHP). Došlo také k přerušení ekonomického kontaktu se západními zeměmi a Československo začalo technologicky zaostávat.

V roce 1953 došlo k měnové reformě, která připravila obyvatele o velkou část úspor, výměna peněz se uskutečnila v limitu do 300 korun v poměru 5:1. Komunistům sice pomohla zlepšit na krátkou dobu problematiku ekonomickou situaci, ale získali tak velkou nepopularitu ve společnosti, všechny demonstrace však režim potlačil. (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s. 247 - 249)

Stálé hospodářské potíže vedly k tomu, že pětiletka naplánovaná pro období 1961 – 1965 ztroskotala. Režim prezidenta a prvního tajemníka ÚV KSČ Antonína Novotného v roce 1960 uzákonil novou ústavu, která deklarovala vedoucí úlohu komunistické strany v zemi, stát byl také přejmenován na Československou socialistickou republiku. Lidé už ani nevedli protesty, s režimem se v podstatě smířili.

Druhá polovina 60. let se nesla v příslibu změn, avšak s nezapomenutelnou zkušeností s politickými procesy a měnovou reformou, s novým centralizovaným hospodářským systémem a se stálým problémem česko-slovenských vztahů. (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 131 – 136)

2.6.4.2. Kulturní kontext

Přebudovávání společnosti se zásadně vrylo nejen do politické a ekonomické sféry, ale i do kulturní. Propagovaná kulturní politika vedla k podpoře „socialistického realismu“ a zároveň zřeknutí se kulturních hodnot spojených s měšťanstvím, buržoazním životním stylem a kapitalistickým způsobem života. Důležitou roli v prosazování nového poslání kultury měly akční výbory, v jejichž čele stál Ústřední akční výbor Národní fronty. Jeho součástí byla

kulturní komise, kterou vedl spisovatel Jan Drda. Cílem těchto akčních výborů bylo odstranit do ústraní odpůrce režimu a začít budovat novou oficiální kulturní základnu.

V tomto období vznikla dichotomie kulturní oblasti, která trvala až do pádu režimu v roce 1989. Existovala oficiální, propagovaná, akceptovaná kultura a neoficiální část kultury, ignorovaná nebo dokonce zakazovaná. Hranice mezi kulturními sférami se v průběhu let proměňovala, strany se občas prolínaly a vyměňovaly si role, kulturní oblast byla významným nástrojem moci vládnoucí strany. (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s. 249 – 250)

Šedesátá léta přinesla liberalizaci kulturního života. Došlo také k postupnému posílení kulturních vztahů se západem. Československo mělo možnost v tomto čase navštívit více turistů, naopak českoslovenští občané mohli vycestovat i do západní Evropy.

Naši umělci získávali prestižní zahraniční ocenění. Společnost měla možnost také poznat umělecká díla západní kultury. Například v roce 1963 se v Libicích uskutečnila výstava Franze Kafky, která měla poslání ukázat neschematický pohled na Kafkovu osobnost. (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s. 285 - 286)

2.6.5. Pražské jaro v roce 1968

Již od začátku 60. let sílil tlak veřejnosti, která žádala reformy. Prvním větším krokem byl tiskový zákon, který cenzurní instituci legalizoval a liberalizoval. I tak se vláda stále častěji potýkala s požadavky na reálnou svobodu slova – nejvíce ji hlásali spisovatelé na svém IV. sjezdu v létě 1967. Na počátku roku 1968 bylo vyměněno vedení KSČ, prvním tajemníkem ÚV KSČ se stal Alexander Dubček. Jeho zvolením začal obrodný proces nazvaný pražské jaro.

V dubnu 1968 byl novým politickým vedením zveřejněn tzv. Akční program, který spočíval na nezvykle otevřené interpretaci příčin a výkladu plánovaných reforem. Novináře potřeboval Dubček jako spojence, v červnu byla odvolána ÚPS, cenzura byla zcela zrušena. Postupně se veřejnost více odvažovala projevat svoje mínění, nejznámějším projevem nově získané svobody byl manifest Dva tisíce slov, který napsal Ludvík Vaculík s několika vědci v létě v 1968.

Reformní změny vyvolávaly znepokojení u sovětských komunistů i u jejich kolegů v ostatních satelitních zemích. Představitelé tzv. pětky (Sovětského svazu, Německé demokratické republiky, Maďarska, Polska a Bulharska) zahájili v noci z 20. na 21. srpna 1968 vojenskou intervenci do Československa. Vojenské obsazování probíhalo podle plánu,

proti vojákům nevznikl vojenský odpor. Z tohoto pohledu měli vojáci neúspěch pouze při snaze převzít pražskou budovu ČsRo. Podle plánu měli zaměstnanci rozhlasu přečíst zvací prohlášení vysvětlující intervenci do Československa, hlasatelé to ale odmítli. Místo toho zveřejnili prohlášení předsednictva ÚV KSČ, které intervenci zavrhovalo.

Vedení vládnoucí strany KSČ se podpisem Moskevského protokolu zavázalo ovládat média, proto v září 1968 opět zavedlo cenzuru. Za tímto účelem vznikl Úřad pro tisk a informace. Novináři však mohli ještě kratší dobu pracovat svobodně, ÚTI nesplnil účel, vedení KSČ proto odstartovalo po sebeupálení Jana Palacha masivní personální čistky v médiích. S počátkem roku 1969 vznikl nový ústavní zákon a ČSSR se stala federací. (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 177 - 197)

2.6.6. Normalizace od roku 1969 od roku 1989

2.6.6.1. Historický a společenský kontext

Novému vedení KSČ v čele s Gustavem Husákem šlo o znovu upevnění komunistického režimu a opětovné nastolení mocenské kontroly nad společností. Též byl nastaven přísný dohled nad médii, po liberalizovaném pražském jaru to byl velký obrat. Média, která zaznamenala během druhé poloviny 60. let občanský vývoj, byla jako nástroj propagandy vystavována mocenskému tlaku. Byla znovu legalizována cenzura. Nejdříve byly obnoveny cenzurní úřady, posléze byly provedeny personální čistky ve všech médiích.

V období pražského jara se rozhlas zachoval statečně, proto se na něj vrhla komunistická moc tvrdě, aby ho rychle dostala pod svou kontrolu. Novým ředitelem rozhlasu se stal normalizační politik Bohuslav Chňoupek a později Ján Riško. Došlo také k výměně mnoha pracovníků za často nekvalifikované, ale kádrově prověřené. Rok po okupaci byl vydán dokument ÚV KSČ, který odmítal účast na dění v srpnu 1968 a poté, když byl v roce 1973 odsouhlasen, stal se ideologickou posilou normalizační moci.

Ekonomický vývoj byl v Československu v první polovině 70. let příznivý, prosperující hospodářství dělalo režimu dobrou službu, protože občané nemysleli na pražské jaro a okupaci. Společnost pasivně přijala socialistický režim, který se nevyjadřoval pravdivě ani o minulosti, ani o budoucnosti, lidé se smířovali s vládnoucí stranou a v soukromí se

odreagovávali a realizovali ve svých zálibách. Jednou z únikových aktivit bylo chataření, v roce 1981 vlastnili lidé 250 000 chat. Běžní občané totiž neměli příliš možností dostat se do zahraničí, cestovní povolení byla velmi omezená, toto privilegium měli především kádrově prověření politici

Dopadem stávajícího režimu byla existence veřejné alternativní sféry. Ta fungovala jako alternativa k oficiálním informačním systémům. Jedním z důsledků neoficiálních systémů byl vznik samizdatových a exilových periodik. Během normalizace jich postupně přibývalo, vlnu nárůstu vyvolala Charta 77 a poté jejich počet narůstal až do pádu režimu v roce 1989. Exilová média byla také důležitá, díky nim se dostávaly pravdivé a necenzurované informace z Československa do zahraničí a tato média spolupracovala s domácími oponenty režimu.

Změny na politické scéně způsobil nástup Michaila Gorbačova do funkce generálního tajemníka ÚV KSSS v roce 1985. Vyhlásil koncepci společenské přestavby a potřebu reform. Reálně však v Československu k žádným změnám nedošlo a režim dál skomíral, na jeho degeneraci nic nezměnila ani výměna generálního tajemníka ÚV KSČ Gustava Husáka za Miloše Jakeše.

Společnost již politické vedení příliš nerespektovala a sílil proti němu veřejný odpor, který vyústil tzv. palachovým týdnem a řetězcem demonstrací. Významným aktem bylo, když opozice vydala petici Několik vět, která obsahovala žádost o propuštění politických vězňů a svobodu projevu, do podzimu 1989 bylo signatářů 40 tisíc. Komunistický režim v ČSFR tak pomalu šel ke svému konci. (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 203 - 238)

2.6.6.2. Kulturní situace

Stejně jako v ostatních odvětvích veřejného života se i v kultuře vyskytovaly v tomto období dvě sféry: oficiální a neoficiální. Alternativní sféra představovala široké spektrum kulturních systémů od nelegálně šířených literárních děl přes hudební underground až po alternativní divadlo a film.

Jedním z výtvarných projevů byla Surrealistická skupina v Československu, která vznikla v 70. letech kolem Vratislava Effenbergera. Běžným rysem socialismu 70. a 80. let bylo, že občané sledovali události, které ukazovaly jeho polevující ostražitost. Příkladem byla situace, když v roce 1984 dostal Jaroslav Seifert, zástupce spisovatelů z období pražského jara, Nobelovu cenu za literaturu. (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s. 324 - 325)

2.7. Vývoj rozhlasu v Československu a USA

Počátek šíření nového média se projevoval jako technická invence. Inovace technologie v oblasti masové komunikace vznikla původně za jiným účelem než se stát masovým médiem. Stejně tomu tak bylo u rozhlasu, kterému předcházely technologické formy jako telegraf, telefon a rádio. Jejich vývoj je třeba stručně popsat, jsou společným prvkem obou kulturních změn, vývoje rozhlasu v Československu i v USA, jehož vývoj také popíši v další kapitole. Vznik rozhlasu jako masového média je výsledkem komplikovaného inovačního procesu a řetězce vynálezů. Patří sem také změny společenských forem, ekonomický pokrok a modernizační proces západních společností.

2.7.1. Vznik telegrafu a telefonu, předchůdců rádia

Vzniku telegrafu předcházela potřeba vytvořit komunikační prostředek, jenž se bude vyznačovat nepřetržitostí a překonáváním velkých vzdáleností, z důvodu modernizačních procesů ve společnosti.

U telegrafu byl poprvé aplikován princip elektřiny a magnetismu na proces komunikačního procesu. „Ve Spojených státech sestavil první funkční elektrický telegraf Samuel F. B. Morse roku 1837. Fungoval na principu vytváření a přerušování elektrického proudu, který vedl k používání teček a čárek, tzv. morseových značek. Po několika letech se Morseovi podařilo přesvědčit kongres Spojených států, aby financoval výstavbu první telegrafní linky ve Spojených státech. 24. května 1844 přenesl jeho telegraf zprávu z Washingtonu do Baltimoru a tento den je dnes standardně považován za okamžik vynálezu telegrafu a počátek éry elektronické distanční komunikace.“ (Čábelová, 2003, s. 14)

V druhé polovině 19. století si dynamický rozvoj moderních společností a institucí vynutil vývoj efektivních kancelářských zařízení, do kterých patřil také telefon. Přenos hlasu pomocí elektřiny znamenal od vynálezu telegrafu další logický krok v mezilidské komunikaci. V roce 1876 ukázal Američan Graham Bell první funkční telefon založený na dálkovém přenosu hlasu. Technologický přelom byl podstatný pro další rozvoj masových médií a především rádia. (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s. 92)

2.7.2. Rádio

Pro vynalezení rádia se stal významný rok 1873, kdy James Clerck Maxwell vytvořil matematickou teorii šíření elektromagnetických vln. Německý fyzik Heinrich Hertz demonstroval a experimentálně dokázal existenci elektromagnetických vln. Roku 1895 se podařilo Italovi Guglielmu Marconimu sestavit první bezdrátový telegraf, s kterým poslal zprávu na vzdálenost přes tři km.

Bezdrátový telegraf se ale nemohl stát masovým médiem veřejné komunikace. Tento potenciál měl aparát schopný bezdrátově přenášet lidský hlas, tedy rádio. „První bezdrátový přenos lidského hlasu se uskutečnil v prosinci roku 1906, kdy Američan Reginald Aubrey Fessenden sestavil přístroj, který uměl přenášet zvuk. Pomocí něho vysílal krátký program z Brant Rocku v USA. Tím tak uskutečnil první rozhlasové vysílání.“ (Trubačová, 2010, s. 7)

2.7.3. Radiofonie v době vzniku Československé republiky

Již v prvním desetiletí 20. století se uskutečnily první pokusy s bezdrátovým telegrafem. Na nich měli zásluhu především prof. dr. K. Domalíp a ing. L. Šimek, kteří působili na České vysoké škole technické v Praze. První veřejné předvedení bylo zrealizované v roce 1908 jako součást Obchodní a průmyslové výstavy v Praze. (Ješutová a kol., 2003, s. 8)

První světová válka pokusy s radiofonií zbrzdila, ale po jejím skončení bylo důležité vybudovat v Československé republice komunikační síť, která by umožnila rychlé a spolehlivé spojení republiky se všemi zahraničními zastupitelskými úřady a vzájemnou komunikaci se zahraničím. Brzy proto zahájily experimenty radiotechnické laboratoře profesora České techniky dr. A. Žáčka a vojenští technici stálé vojenské radiostanice I/1 v Praze na Petříně. Stanice vznikla pod vedením ing. Šimka v listopadu 1918 s vysílačem o výkonu 2,5 kW. Jejím posláním bylo především vysílat a přijímat depeše ministerstva zahraničí. Pokud zbyl telegrafistům čas, přijímali také zahraniční zprávy pro tištěná média. Na jaře roku 1919 bylo vybavení radiostanice inovováno novou anténou pro příjem a vysílání zpráv. (Trubačová, 2010, s. 8 – 9)

Na Petřínské stanici, která byla vybavena novou anténou, se uskutečnilo v roce 1919 první radiotelefonické vysílání. Vojenští technici ho podnikli prostřednictvím elektronkové vysílačky, která se používala ve francouzské armádě. Radiotechnici k ní připojili uhlíkový

mikrofon a vysílali improvizovaný pořad, který poslouchal ve fyzikálním kabinetu UK Na Karlově prof. dr. A. Žáček. Pokus s radiovysíláním se tedy zdařil.

Na radiostanici byla v červnu 1920 připojena výkonnější elektronková anténa firmy Telefunken o výkonu 10 kW. Brzy poté byl uskutečněn další radiofonický pokus, byl vysílán hudební program k oslavě druhého výročí samostatné Československé republiky 28. října 1920. (Ješutová a kol., 2003, s. 9)

2.7.4. První poslech určený hromadnému publiku v roce 1922

Vysílač na Petříně byl v roce 1922 na základě rozhodnutí ministerstva národní obrany použit k radiovysílání během konání zemědělské výstavy v Praze ve Stromovce. První hromadný poslech se uskutečnil pomocí francouzského krystalového přijímače s elektronkovým zesilovačem a většího speciálního sluchátka upraveného na poměrně výkonný reproduktor. Ten umožňoval společný poslech většímu počtu návštěvníků výstavy. Během veletrhu byly vysílány dvakrát denně koncerty vojenské hudby z gramofonových desek, u posluchačů měla akce velmi pozitivní ohlas a také dobře propagovala nový vynález. (Trubačová, 2010, s. 9)

2.7.5. Ministerstvo pošt a telegrafů zřizuje nové vysílací stanice

Radiové systémy se v zahraničí rychle rozvíjely, proto se rozhodlo také ministerstvo pošt a telegrafů zřídit pokusně radiofonické a radiotelefonické stanice. „První vysílačku postavilo v budově poštovního úřadu v Moravské ulici na Královských Vinohradech v Praze a druhou v Komárově u Brna, obě byly uvedeny do provozu v lednu 1922. Další elektronková stanice byla zřízena ve Kbelích u Prahy (začala vysílat v listopadu 1922). Vedle radiotelegrafního vysílání se až do konce roku 1922 zkoušelo také vysílání radiotelefonní a bylo úspěšné.“ (Ješutová a kol., 2003, s. 8)

V roce 1922 podnikl rozhlasový nadšenec ing. Eduard Svoboda studijní cestu do Spojených států, aby se něco naučil o technickém a programovém fungování rozhlasových stanic. V New Yorku působil několik měsíců v rozhlase firmy American Telegraph, kde se dobře seznámil s rozvíjejícím se médiem. Tyto zkušenosti ho přivedly na ideu zahájení pravidelného rozhlasového vysílání také v Československu.

Pro zřízení rozhlasu však neexistovala v ČSR žádná zákonná úprava. Na jaře 1923 přistoupilo ministerstvo pošt a telegrafů k vytvoření legislativního základu pro rozhlasovou činnost. První obecný předpis se nacházel v zákoně o telegrafu vydaný 23. března v roce 1923, který konstatoval, že na provozování radiofonie má stát monopol. Stát mohl poskytnout koncesi soukromým společnostem a jednotlivým osobám, její udělení bylo velmi kontrolované. Původně se při tvorbě legislativy nepočítalo s tím, že se rozhlas stane masovým médiem. Následně byl pro členy vlády, diplomaty a zástupce tisku uskutečněn ministerstvem pošt a telegrafů v jeho budově na Smíchově dne 29. března 1923 první radiofonický koncert. Rozhlasový přijímač byl zapůjčený od Radioslavií a hudební program byl vysílán ze stanice ve Kbelích.

Základní podmínky pro zahájení pravidelného vysílání rozhlasu byly tedy vytvořeny. Existovala zde již řada úředníků uvedených do této problematiky, schopných techniků, podnikatelů se zájmem o rozvoj výroby rozhlasové techniky a jednotlivců, kteří stáli o komerční využití rozhlasového vysílání. (Ješutová a kol., 2003, s. 10)

2.7.6. Vývoj rozhlasu za první republiky

Rozhlas začal v Československé republice vysílat 18. května 1923 z pražské stanice ve Kbelích. Vysílalo se pouze hodinu, program se skládal z krátkého ohlášení a koncertu. Okolnosti vzniku a vývoje rozhlasové společnosti jsou určující pro podobu rozhlasu, která mu byla vtisknuta, je také určena zakládajícími subjekty a jejich zájmy.

Zakladateli byli ing. Eduard Svoboda a redaktor Národní politiky Miloš Čtrnáctý. Založit u nás rozhlasovou stanici nebylo vůbec jednoduché a tito nadšenci si ji vydobyli přes všechny překážky díky svému entusiasmu a schopnostem. Založení rozhlasové společnosti bylo obtížné především kvůli nekonečné byrokracii, složitým jednáním na ministerstvu o udělení licence. Nebylo také jednoduché získat potřebné finance, proto se zakladatelé spojili do fúze s Radioslavií, aby mohli složit kapitál 500 000 Kč. Společnost pod názvem Radiojournal společnost s. r. o. vznikla v červnu 1923.

Stát byl nepřímým účastníkem rozhlasového podniku, protože byl zastoupen v jeho vrcholných orgánech prostřednictvím jednoho akcionáře ve společnosti Radioslavia (byla podílníkem Radiojournalu a zástupcem byl ministerský rada). Stát ovlivnil formu rozhlasu vytvořením právního rámce Radiojournalu, stanovením podmínek pro získání licence a určením pravidel poslechu. V roce 1925 však z důvodu špatné finanční situace společnosti a

z jiných příčin vstoupil stát přímo do rozhlasového podnikání jako jeden z podílníků a získal tak v rozhlase větší vliv. (Čábelová, 2003, s. 33 – 37)

V tomto počátečním období lze charakterizovat rozhlasovou činnost jako improvizovanou, plnou entusiasmů, primitivní s nedostatečnými prostředky finančními a technicky zastaralou. K dispozici byla jen jedna vhodná rozhlasová stanice, studio nemělo žádné vybavení, legislativa nebyla dostatečná, výroba rozhlasových přijímačů se teprve rozjížděla a lidé ještě o této technické novince neměli téměř ponětí. Poslání rozhlasu, které se zachovalo i do dalších let, bylo jednoznačně definované jako prostředek osvěty a vzdělávání obyvatelstva.

Z počátku vysílání nebylo možné hovořit o struktuře programu, rozhlas měl převážně informativní funkci, jeho program tvořilo hlavně zpravodajství a hudba včetně taneční. Již v listopadu 1923 vysílal několik hodin denně a také program byl pestřejší. Charakteristickými žánry byl koncert, recitace, přednáška či zpráva.

K většímu rozvoji programového repertoáru přispělo opuštění kbelského stanu a domečku a již od 2. prosince 1924 bylo uskutečněno vysílání z nového prostoru na Královských Vinohradech v Paláci poštovní nákupny. Po třech měsících vyměnil rozhlas opět své působiště, přemístil se do nové budovy Orbis na Vinohradech, kde měl kvalitní ateliér, který byl akusticky vykrytý o rozměrech 9 x 9 m. Rozhlas si začal postupně díky lepší lokaci vytvářet vlastní žánry (například rozhlasovou hru) a také účinkující (hlasatelé, přednášející, redaktoři) se museli postupně naučit specificky rozhlasově vyjadřovat, protože rozhlasová komunikace to vyžadovala. (Trubačová, 2010, s. 23)

Pro vývoj rozhlasu bylo důležité zdokonalit také vysílací zařízení. Po provizorním vysílacím systému ve Kbelích byl v roce 1924 vystavěn vysílač o výkonu 0,5 kW, který však byl nahrazen v únoru 1926 mnohem výkonnějším vysílačem 5 kW. Pražskou stanicí následovala brněnská v roce 1925, Ostrava začala vysílat až v roce 1929. (Pištora, 1/2006, s. 75) České a slovenské vysílače měly oproti jiným evropským slabý dosah a signál byl rušen silnějšími vysílači ze sousedních zemí. V Bratislavě byl uveden do provozu vysílač v srpnu 1926, poté následovaly Košice. Montáž nové bratislavské stanice s vysílačem o výkonu 12 kW probíhala do roku 1929, její vysílání chytalo celé západní Slovensko a okruh Bratislava s krystalovým přijímačem. (Patzáková, 1935, s. 231 – 234)

Tyto regionální stanice, které vznikly v druhé polovině dvacátých let, byly důležitou složkou ve vývoji rozhlasu. Posluchači měli přímější vztah k událostem ze své oblasti a také zde našli odlehčenější a zábavnější program. V druhé polovině 20. let byl také program obohacen o nové žánry jako přenosy oper, divadelních her, sportovních utkání a také o různé

besídky. Velkou událostí se stal v roce 1926 premiérový sportovní přímý přenos fotbalového utkání, který komentoval slavný sportovní žurnalista Josef Laufer.

Rozvoj rozhlasu byl v druhé polovině 20. let spojen se zlevněním poplatků, snížením cen přijímačů, rostoucím počtem koncesionářů a také propagačními akcemi, jejichž záměrem bylo lepší pokrytí území vysílacím signálem. Svůj podíl na rozvoji programu mělo i jeho rozšíření.

V 30. letech vzrůstá zájem o rozhlasové vysílání a toto období nazýváme jeho zlatým věkem, rozhlas se stal významným masovým médiem. Ředitel Radioslaviie a předseda Radiojournalu JUDr. Ladislav Šourek zhodnotil desetileté působení rozhlasu a jeho koncepci takto: „Po deseti letech svého technického i programového a ideového vývoje stal se rozhlas jako šířitel národní kultury, průkopník mezinárodního dorozumění, ochránce státní myšlenky a demokratického zřízení, ukazatel veřejného mínění, hlasatel mravních a etických zásad, podnikem veřejně prospěšným, jehož úkoly jsou stejně velké jako jeho odpovědnost.“ (Patzáková, 1935, s. 8)

Zvyšující se masovost rozhlasového média demonstruje nárůst počtu koncesionářů v 30. letech. V absolutních hodnotách překročil rozhlas půl milionovou hranici posluchačů v roce 1933 a milion koncesionářů získal v roce 1937. Uvedené hodnoty posluchačů v ČSR je třeba brát s rezervou, protože evidence vznikla na základě faktu, že každý koncesionář musí být oficiálně přihlášený, přijímač často poslouchalo více lidí a někteří poslouchali na černo.

Na konci 30. let se rozhlas z veřejných prostranství a hospod přesunul k lidem domů, kde sloužil jako hlavní zdroj informací, kultury i zábavy. (Trubačová, 2010, s. 41 – 42) Program rozhlasu se stále rozvíjel. Změna je patrná především u zpravodajství, které bylo ve 20. letech velmi závislé na ČTK, během zlaté éry rozhlasu v 30. a 40. letech se však snažil rozhlas vybudovat neoficiální informační pořady nezávisle na této instituci: nové zpravodajské a reportážní typy. Rozhlas zařadil v této době do vysílání také přehledy tisku, zvyšoval se též podíl informací, a to aktuálními přednáškami. Reportáž získala větší význam až kolem roku 1930. Začaly být komentovány nejen sportovní akce, pražská stanice uváděla senzační témata v zajímavých lokalitách, například představení cirkusu Kludský nebo rekonstruovaná bitva z bojiště u Lipan. Reportáž hrála ve vysílání stále důležitější roli, proto vzniklo v prosinci 1936 vlastní reportážní oddělení.

Významným pořadem na poli zpravodajství se stala Okénka, která byla poprvé vysílána 8. května 1938. RJ tak reagoval na ostrou kritiku jeho zpravodajství. Okénka byla desetiminutová relace, jejímž cílem bylo sloužit k výchově národního sebevědomí, k podpoře československé vzájemnosti a demokracie, optimismu apod. (Čábelová 2003, s. 115 – 116)

Druhá polovina 30. let bylo období, kdy se již výrazně zostřovala mezinárodní situace. Některé evropské státy, například Velká Británie, Německo nebo Rusko začaly vysílat na krátkých vlnách do zahraničí. Působit na své posluchače v zahraničí se rozhodl i československý rozhlas, který začal vysílat do zahraničí v roce 1936. Vysílání bylo například v angličtině a němčině, celkem v pěti jazycích.

V roce 1938 docházelo z důvodu vyhrocení politické situace ke změnám v organizaci rozhlasové společnosti. V květnu 1938 se Radiojournal stal důležitým podnikem pro obranu státu. Na vývoj rozhlasu působilo v tomto období hned několik faktorů: nebezpečí hitlerovského Německa, slovenské snahy o autonomii, separatismus a autoritativní vliv vládnoucí agrární strany. Cenzurní povinnost fungovala v rozhlase již v roce 1926, v 30. letech byla doformulována, od roku 1932 probíhala cenzura vybraných pořadů. V roce 1938 musela být zpřísněna. (Trubačová, 2010, s. 20)

Snahy o autonomii Slovenska byly řešeny již 6. října 1938, kdy byla uzavřena tzv. Žilinská dohoda, po které se rozhlas osamostatnil především po stránce programové, v březnu 1939 se stal úplně samostatným.

Také měl být změněn název rozhlasu na Česko-Slovenský rozhlas, ale dříve než byla změna zanesena do rejstříku společností, došlo k okupaci Československa nacistickým Německem a používal se tak dál starý titul Radiojournal. (Čábelová, 2003, s. 53 - 62)

2.7.7. Rozhlas ve válce od roku 1939 do roku 1945

Po okupaci Čech a Moravy německými vojsky docházelo v rozhlasu k velkým změnám, armádou byly obsazeny tři jeho pobočky, v červnu 1939 byl Radiojournal přejmenován na Český rozhlas. Okupační úřady zavedly v tomto roce také dohled nad rozhlasem a cenzurní praxí. Všechny pořady musely být podrobeny před odvysíláním cenzuře. V roce 1940 začala dokonce fungovat tzv. programová intendatura, která znamenala kontrolu celého rozhlasového programu. (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 92) Byly také zabaveny vysílače a kabelová spojení, což přineslo výrazné technické potíže. Kromě již zmíněné cenzury vysílání bylo zastaveno krátkovlnné vysílání do zahraničí.

Oddělením slovenských stanic si Český rozhlas polepšil, zvýšila se hustota koncesionářů. Zlepšil si umístění v evropském měřítku a ocitl se s hustotou koncesionářů na 12. místě v žebříčku evropských rozhlasových vysílatelů. Relativně si tímto odtržením rozhlas

konsolidoval finanční situaci, ale na druhou stranu převzal české zaměstnance ze slovenských stanic, takže v podstatě finanční bilance zůstala stejná. (Ješutová a kol., 2003, s. 150 – 153)

V rozhlasu byla také provedena zaměstnanecká čistka antisemitisticky zaměřená. Byli propuštěni všichni zaměstnanci neárijské rasy, důsledkem byl nedostatek pracovních sil. (Krupička, 2012)

Do dějin rozhlasu vešel také reportér František Kocourek svým komentářem přehlídky branné moci v roce 1939. Jeho slovní propojení přehlídky německé armády na Václavském náměstí s popisem letu černé vrány a odvážný projev ho připravily o život, v roce 1941 zemřel v koncentračním táboře. (Pacovský, s. 93, s. 60, 61)

Kromě oficiálního rozhlasu fungovalo na českém území vysílání z Moskvy a Londýna. Z Británie vysílala česká exilová vláda, která měla především povzbudit obyvatelstvo a dodat mu morální sílu k odporu proti okupantům. Přestože byl poslech zahraničního vysílání přísně trestán, byl rozšířenou záležitostí. Gestapo zabavilo v roce 1943 všechny rozhlasové aparáty, aby z nich vyndalo důležitou součástku, avšak občané si vyrobili vlastní invencí speciální cívky a „čerčilky“, které přijímaly krátké vlny ze zahraničí. (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 105 - 106)

Významným mezníkem v historii rozhlasu bylo květnové osvobození v roce 1945, při kterém rozhlas sehrál důležitou roli. Povstání bylo zahájeno 5. května výzvou odvysílanou rozhlasem. Jeho volání o pomoc znamenalo demonstrování povstalců k masovému vystoupení českých občanů proti okupantům a nastal zásadní zvrat ve snahách o osvobození Prahy. Během povstání byl použit i krátkovlnný vysílač, který 6. května přenášel volání povstalců o pomoc. Sídlo rozhlasu bylo nakonec ubráněno, boj si však vyžádal řadu obětí na životech a také budova byla dosti poničena. Dne 9. května 1945 byla pak osvobozena Praha. (Krupička, 2012, Historie Radia Praha, 2012)

2.7.8. Rozhlas a poválečná léta od roku 1945 do roku 1948

Po válce formálně fungovaly Český rozhlas a Slovenský rozhlas odděleně, ale již v srpnu 1945 byly opět sloučeny do jedné instituce s názvem Československý rozhlas. V prvních poválečných měsících musela být také opravena budova rozhlasu, bylo potřeba vyměnit některé technické vybavení a do rozhlasu byli přijati noví bezúhonní pracovníci. S Otakarem Matouškem, prozatímním ředitelem rozhlasu, byl spojen vznik samostatného zpravodajství, zprávy přestaly být přebírány od České tiskové kanceláře.

Ihned po skončení války bylo obnoveno vysílání do zahraničí na krátkých vlnách. Nejdříve se vysílalo v těchto jazycích: anglicky, německy, francouzsky a italsky. K významnějšímu rozšíření došlo na počátku roku 1947, kdy bylo vysíláno v 18 jazycích, ale polovina přenosů byla nasměrována do zemí tzv. sovětského bloku, například Sovětského svazu, Polska a východního Německa. (Historie Radia Praha, 2012)

K důležitým změnám došlo v programové skladbě rozhlasu, zatímco v předválečných letech dominovala ve vysílání hudba, po válce hlavně mluvená část programu (až 90 % obsahu). Čtvrthodinové relace se skládaly ze zpráv, po nich následovaly příspěvky, rozhovory a různé rubriky.

Ve zpravodajství a publicistice začal být patrný vliv komunistické strany, pořady se zabývaly například Košickým vládním programem, plněním hospodářských plánů, novými sociálními výdobytky, které mají sloužit lidu apod. Rozhlas byl postupně ovládán komunistickou mocí, strana v něm totiž viděla potenciál nástroje propagandy. Rozhlas v té době patřil k nejvlivnějšímu masovému prostředku komunikace, rozhlasový aparát vlastnila většina domácností. (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 105 - 106)

2.7.9. Rozhlas ve službách ideologie od roku 1948 do roku 1968

Po převzetí moci Komunistickou stranou Československa v únoru 1948 byl rozhlas zestátněn. Na příštích čtyřicet let se média podrobila vládnoucí straně a jejich posláním bylo sloužit lidu. Byla provedena personální čistka zaměstnanců, v rozhlase mohli působit jen pracovníci, kteří byli kádrově prověřeni. Opět byla zavedena kontrola médií, tedy i v rozhlase fungovala cenzurní praxe pořadů.

Mezinárodní rozhlasová výstava MEVRO v Praze potvrdila masovou oblíbenost tohoto média, konala se k 25. výročí vzniku Československého rozhlasu. Na výstavě byl také předveden první televizní přijímač československé výroby. Televize zahájila pravidelné zkušební vysílání až v roce 1954, od prosince 1958 již vysílala každý den. V druhé polovině 50. let se začal zvyšovat zájem o televizní vysílání, což také podpořilo zlevnění přijímačů. (Končelík, Večeřa, Orság, s. 157) Televize začala ohrožovat rozhlas až na konci 60. let, v roce 1969 se vybavenost obou přijímačů v domácnostech vyrovnávala.

Začátkem 50. let zahlítila rozhlas budovatelská tematika, vysílání stagnovalo a ztrácelo na kvalitě. Pořady obsahovaly obdiv k vládnoucí straně a zpravodajství bylo prodchnuto

socialistickou tematikou, v druhé polovině 50. let začala narůstat kvantita a kvalita vysílání. V 60. letech vznikaly nové programové typy, například reportážní rubriky, dopisové ohlasy, hudba na přání. Rozhlasové vysílání se také vyznačovalo větší živostí, obsahovalo více rozhovorů a reportáží.

Rozhlas se v 60. letech vyvíjel nejen po programové stránce, ale také technologické. Byly zmodernizovány některé vysílače a další vystavěny. Byly vybudovány krátkovlnné vysílače s kmitočtovou modulací na Slovensku i v Čechách, což znamenalo přelom ve vysílání v podobě čistějšího a nerušeného zvuku. Začaly být také používány mixážní pulty. V tomto období došlo k výraznému rozšíření přenosných rádií. (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 160 - 167)

Zajímavým rozhlasovým fenoménem se stal rozhlas po drátě, který stát nechal vybudovat k propagandistickým účelům jako součást případné obrany před nepřítelem. Síť drátového rozhlasu, která měla odolat v případě nepřátelského napadení, fungovala až do roku 1999. Rozhlas po drátě sehrál strategickou roli po invazi vojsk Varšavské smlouvy, po určitou dobu bylo totiž možné podávat informace o dění v Československu pouze prostřednictvím „drátáku“. (Bednařík, Jiráček, Köpplová, 2011, s. 270)

V druhé polovině 60. let docházelo k postupné liberalizaci poměrů ve společnosti. Reformní nálada se projevila v mediální sféře, tedy i v československém rozhlasu. Média volnosti samozřejmě využívala, na jaře 1968 byla zrušena cenzura.

Srpnová okupace v roce 1968 byla historickým mezníkem, kdy stejně jako při květnovém povstání v roce 1945 sehrál rozhlas svou úlohu, opět probíhaly boje o budovu rozhlasu. Před ní se shromáždili Pražané, došlo k násilí ze strany sovětských vojáků, výsledkem bylo několik obětí. Vysílání bylo v řádných studiích zastaveno, ale podařilo se vysílat z utajených míst, která vojska nevypátrala. Z hlavní budovy se začalo vysílat až 9. září 1968, když přestala být obsazována vojáky. (Historie Radia Praha, 2012)

2.7.10. Československý rozhlas za normalizace od roku 1969 do roku 1989

Po srpnové okupaci, při které rozhlas vystoupil ostře proti režimu, si vzala KSČ za cíl rychle ho dostat pod svou kontrolu. Zahájila proto personální čistky, rozhlas opustilo pro své politické názory 800 zaměstnanců. Řada redaktorů odešla také do exilu. Ve vedoucích pozicích byli prakticky všichni pracovníci vyměněni. Nové vedení v čele s ředitelem Bohuslavem Chňoupkem se veřejně distancovalo od jednání rozhlasu během okupace. Směřování programu začal určovat Ústřední výbor KSČ. Rozhlas se tak stal „ideologickou oporou normalizačního hnutí“. Noví zaměstnanci rozhlasu byli sice kádrově prověřeni, ale často nezkušení, což se podepsalo na kvalitě rozhlasové produkce. (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 160-167)

Ke zlepšení situace došlo až na konci 70. let, kdy se dostávali na vedoucí pozice rozhlasu kvalifikovanější odborníci. Systém kontroly médií byl zajištěn cenzurou prováděnou pomocí cenzurních úřadů a pomocí systému následné kontroly. V případě nalezení závadného obsahu následovala sankce, která měla různé stupně.

V prvních letech po srpnové okupaci došlo v rozhlasu k nejrůznějším organizačním změnám, byla zesílena centralizace řízení programové skladby, novináři a reportéři neměli již téměř žádnou svobodu. Mnohé pořady byly zrušeny, týkalo se to zejména těch, které byly vysílány živě a systém kontroly byl u nich obtížný. Transformováno bylo také oddělení zahraničního vysílání, aby lépe sloužilo jako propagandistický nástroj. S tím byl spojen vznik monitorovacího oddělení jako součásti stanice Praha. Oddělení provádělo odposlech stanic vysílajících ze zahraničí v češtině, například Svobodné Evropy. (Historie Radia Praha, 2012)

V 80. letech docházelo také k programovým změnám, vznikala nová dramatická tvorba i publicistické pořady. Některé byly se zřetelně ideovým podtextem, například Dělnický komentář, některé relace byly zajímavě zpracované, kupříkladu Zápisník zahraničních zpravodajů.

Během normalizace vysílal Československý rozhlas na pěti programových obvodech, celostátní zpravodajská stanice Hvězda, národní programy Praha a Bratislava, dále to byly Vltava a Děvín se zaměřením na kulturu. Regionálních studií fungovalo v celé federaci celkem deset.

Poslechovost rozhlasu v českých zemích činila v roce 1970 kolem 2 400 000 koncesionářů a televize měla kolem 2 300 000 diváků, ovšem již v roce 1974 vedla televize ve sledovanosti

nad rozhlasem více jak o 200 000 recipientů. Televize se stala během normalizace nejvlivnějším masovým médiem.

Rozhlas navíc technicky zaostával z důvodu nedostatečných finančních prostředků, zvláště v 80. letech to bylo zřetelné. Pouze základní technické vybavení bylo obnovováno za nové, na realizaci nových projektů nebyly peníze. (Ješutová a kol., 2003. s. 363, Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 238)

V 80. letech 20. století můžeme najít v programové skladbě větší pestrost, více publicistiky a kritického myšlení. Politický systém byl v té době vyčerpaný a šel ke svému konci.

Z vlivu komunistické moci se Československý rozhlas vymanil až během listopadové revoluce v roce 1989. Brzy po pádu režimu byla zahájena transformace médií, došlo k odstátnění rozhlasu a vytvoření nového legislativního rámce pro média. V roce 1991 byl zaveden duální systém vysílání. Vedle veřejnoprávního vysílatele Československého rozhlasu (tzv. provozovatele ze zákona) začaly působit v mediální sféře také stanice privátní. (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 160 - 167)

2.7.11. Vývoj rozhlasu v USA v prvních desetiletích 20. století

V prvním desetiletí 20. století se v USA rozvíjela radiotechnologie, v roce 1907 bylo zjištěno, že některé minerály mohou na poměrně jednoduchém principu přijímat rádiové zprávy. „Těmto jednoduchým a levným přístrojům, díky nimž mohl rozhlasové vysílání přijímat každý jen trochu technicky nadaný jedinec, se říkalo krystalky. Chytání zvuků z éteru se stalo oblíbeným sportem... Radioamatéři nepůsobili sice jako „provozovatelé vysílání“ a jejich činnost nelze ještě charakterizovat jako masovou komunikaci, ale svými experimenty s přenosem morseovky, hlasu a hudby významně přispěli k budoucímu rozvoji rozhlasového vysílání.“ (Čábelová, 2003, s. 17 – 18)

Intenzivní vývoj radiových systémů byl přerušen v důsledku první světové války, radiokomunikace byla využívána především pro vojenské potřeby. Radiofonie a radiotelegrafie nesměla být využívána pro soukromé účely. Technický rozvoj rádia však pokračoval, společnosti investovaly miliony do jeho vylepšení a také patentová omezení byla po dobu války zrušena. Válčíci aktéři chtěli využít nový komunikační fenomén a tento výzkum a zásadní změny v technologiích mohly být pak využity i v nearmádní sféře. (Čábelová, 2003, s. 17 – 18)

Na konci války se také objevovaly snahy vlády získat kontrolu nad vysíláním, což se nezdařilo, a tak se stejně ovládání telegrafu i rádia konstitovalo v soukromé sféře podnikání. „Soukromé firmy sehrály klíčovou roli ve vývoji rozhlasového vysílání.“ (Engelman, 1996, s. 17) Nejdříve spolu začaly soupeřit britské a americké firmy o převahu v tomto průmyslovém odvětví. Vlastenecky přejmenovaná společnost Radio Corporation of America (RCA) původně koupila britské akcie Marconiho a pak postupně získala množství patentů a američtí akcionáři ovládli trh s radiotelefonii. (Engelman, 1996, s. 17)

V tomto období dále probíhaly radiofonické pokusy jak ze strany radioamatérů, tak ze strany velkých společností zabývajících se telekomunikací. Kromě RCA působila na trhu Westinghouse Company, která však nemohla prorazit do mezinárodních sítí, neboť nevlastnila důležité patenty, tak bádala v oboru bezdrátové telefonie sama. Výzkum s novými vysílači uskutečnil dr. Frank Conrad. Zkonstruoval vysílač a pravidelně vysílal hudební program amatérskému okruhu posluchačů.

2.7.12. Rozhlasové vysílání ve 20. letech 20. století

Za zrod rozhlasu jako regulérního sdělovacího prostředku se považuje veřejné vyhlášení výsledků prezidentských voleb v USA, kterým odstartovala stanice KDKA své pravidelné vysílání 2. listopadu 1920. Její prvenství jí také patřilo proto, že za svou činnost chtěla určitý zisk (firma tak chtěla zvýšit zájem o přístroje). Posluchačů přenosu bylo sice jen 500 až 1000, ale zájem o rozhlas rychle vzrůstal. V roce 1921 začaly postupně vznikat sítě stanic v různých městech Spojených států. Po zahájení vysílání v New Yorku následovala stanice v Newarku a dalších městech. (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 112 - 113)

Rozhlas měl jako vznikající masové médium ve Spojených státech skvělé výsledky, avšak v první polovině 20. let se musel potýkat s dvěma problémy - s interferencí a financováním.

K vzájemnému rušení vysílání docházelo z důvodu masivního rozšíření rozhlasu. O omezený počet frekvencí se dělilo mnoho stanic, na jedné vlnové délce jich vysílalo často několik, protože toto jednání nebylo státem regulováno. Stát uděloval pouze licence a přiděloval frekvence, o technický problém křížení vysílání se nestaral, a tak nastával v rozhlasovém systému zmatek.

Mezitím docházelo k rozšíření rozhlasového programu a jeho technickému zdokonalení. Stanice vysílala nejen zpravodajství a hudbu z gramofonových desek, ale uskutečňovala také přenosy koncertů, oper nebo významných sportovních a společenských událostí.

Po celé zemi se v této době stavěly nové vysílače. Rozhlasové stanice také přišly na to, že pokud jsou propojené kabely, mohou vysílat tentýž program.

V druhé polovině 20. let vznikly pokusy o řešení situace s interferencí ze strany ministerstva obchodu. Jeho ministr Herbert Hoover vytvořil systém přidělování určitého počtu frekvencí různým rozhlasovým stanicím. Avšak kromě velkých společností tato nařízení stanice příliš nerespektovaly a systém se nepodařilo zavést do praxe. (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 112 – 115)

Kongres proto udělal v roce 1927 rázný krok. Vydal zákon o vysílání, který zavedl podmínky vysílání a jeho regulace. Důležitá byla idea, že „rádiové vlny patří lidu a mohou být užívány soukromými osobami pouze s oficiálním povolením vlády na základě krátkodobých licencí.“ (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 116) Licence vydané před tímto nařízením přestaly být platné a podnikatelé museli požádat o nové. Zdůvodněním tohoto rozhodnutí byl ohled na veřejný zájem, povolení bylo krátkodobé a mohlo být kdykoliv vládou odňato.

Další otázkou, kterou se rozhlasové společnosti zabývaly, byl systém financování rozhlasového programu. Problém se zdál z počátku neřešitelný. První výtisk magazínu *Rozhlasové vysílání programu* v roce 1922 navrhoval variantu systému veřejného financování. Jeden návrh obsahoval financování přímo ze státních příjmů z daní. Stát již uznal takovou formu podpory radiovým stanicím na státních univerzitách, financování městem bylo také možnou variantou. V roce 1922 byly vyčleněny peníze pro městskou rozhlasovou stanici v New Yorku. Jiným plánem bylo dotovat rozhlasovou činnost z příspěvků koncesionářů, tento návrh ale u posluchačů neuspěl. Finanční zdroje z reklamy nebyly brány jako možná varianta.

Legislativní pokusy se snažily problémy s financováním vyřešit. Dvacet zákonů souvisejících s vysíláním bylo projednáváno na zasedání kongresu v roce 1923. Zahrnovaly návrhy pro znárodnění a zestátnění rozhlasu. Nicméně impulz pro veřejné financování rozhlasu byl zavržen a v USA se konstitovalo komerční vysílání. (Engelman, 1996, s. 17)

Z počátku bylo financováno vysílání prostřednictvím sponzoringu určitých pořadů nějakou společností (první reklama se uskutečnila v roce 1922, hudební program dotovala tabáková firma). Později se začaly ve vysílání objevovat reklamní spoty. Proti zavedení inzerce do vysílání byl ministr obchodu, jejímu rozšíření se také snažila zabránit americká telefonní a telegrafní společnost, která zadržovala mnoho patentů, ale to si jí nezdařilo nadlouho.

Reklama postupně ztratila zdrženlivý charakter a stala se drzejší a více přesvědčovací. Její uplatňování ve vysílání umožnilo, aby bylo investováno do pořadů a staly se masově přitažlivé. Jejich hlavním posláním bylo pobavit a zahnat nudu. Například byly vysílány

sportovní přenosy, pohádky pro děti nebo jednou týdně hrané pořady. Obsahy relací byly zaměřeny na většinovou část společnosti a měly zaujmout co nejvíce posluchačů.

Kromě toho na konci 20. let byly vyřešeny problémy s vysíláním, byly zlevněny také přijímače, i méně majetná část společnosti si mohla koupit přístroj na splátky. (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 117 - 118)

2.7.13. Zlatá éra rozhlasu v 30. až 40. letech 20. století

Největší rozkvět rozhlasu se odehrál v 30. a 40. letech a je označován jako zlatá éra. Americkou společnost zasáhla v 30. letech hospodářská krize, ale rozhlas nepoznamenala. Rozhlasové vysílání poskytovalo posluchačům, kteří často byli bez práce, v tomto nelehkém období odreagování a levný přísun zábavy a informací. Naopak v 30. letech rostla vybavenost přijímači v amerických rodinách, například v roce 1930 připadalo na jednu rodinu průměrně 0,8 přijímače a v roce 1945 1,5 aparátu.

Rozhlas se stal nejvlivnějším masovým médiem. V době hospodářského úpadku se nejen zvyšovala oblíbenost rozhlasu u posluchačů, ale rostly také příjmy z reklamy. Měnil se také charakter inzerce, již v 30. letech se snažila zmanipulovat posluchače. (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 119 - 120)

V tomto rozjítřeném období dostalo také příležitost vysílání veřejné služby. Model financovaný z reklamy přistupoval k divákům jako k individuálním konzumentům motivovaným svými vlastními zájmy, oproti tomu systém veřejné služby definoval diváky jako občany, kteří vyžadovali informace, aby se plně podíleli na národně politickém a kulturním životě. Světová hospodářská krize umožnila v letech 1930 – 1935 nekomerčním vysílatelům přistoupit do protiofenzivy, byli zaštištěni NCER (National Committee on Education by Radio). Tento program usiloval o nezávislost nekomerčních rozhlasových stanic, spor však brzy utichl a dál se rozvíjel dominující systém komerčního vysílání. Ten se prezentoval jako symbol americké svobody a kultury, jeho kritika ustoupila do pozadí. (Engelman, 1996, s. 39 - 40)

Rozhlas divákům poskytoval stále větší spektrum žánrů, kromě hudby to byl například poslech dramát, scének, výstupů s komiky nebo westerny. Diváci v něm našli opravdu všechno, i náboženské pořady a přenosy bohoslužeb. Rozhlas využívali často také politici a prostřednictvím rozhlasových pořadů vznikly umělecké hvězdy své doby. Zvyšovala se

kvalita přijímaného zvuku díky výkonnějším vysílačům, přístroje se stávaly menší, lehčí a levnější.

Během války byl rozhlas důležitým komunikačním prostředkem a rychlým zdrojem informací, důležitý byl pro zahraniční posluchače především v okupovaných zemích, pro které bylo nezkrácené zpravodajství velmi důležité. Poskytoval válečné zpravodajství a domácí propagandu. (Čábelová, 2003, s. 17 – 18) Rozhlas zajišťoval též prodej válečných obligací, obracel se na občany, aby snížili užívání důležitých spotřebních materiálů a pod dohledem vlády organizoval další služby.

Rozhlasový průmysl zasáhla válka tím, že firmy, které vyráběly rozhlasové přijímače, se přeorientovaly a začaly vyrábět přístroje pro armádu. V letech 1940 – 1945 v amerických rodinách přibývalo jen málo aparátů.

Po válce opět začaly získávat rodiny nové přijímače a dál rostl jejich počet. Narůstala kvalita vysílání, vyznačovala se nerušeným zvukem, docházelo ke zkvalitnění a zpestření rozhlasového programu. Zpravodajství si vytvořilo renomé a hlasatelé a redaktoři působili jako vysoce kvalifikovaní. Dvě nejvlivnější média, tisk a rozhlas, začala spolupracovat, rozhlas měl přístup ke stejným zdrojům informací z agentur jako tisk. (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 120 - 121)

2.7.14. Vývoj rozhlasu v USA od 50. let 20. století

Po druhé světové válce došlo k rozmachu televizního vysílání a rozhlas se s ním dostal do konkurenčního boje. Výsadní postavení rozhlasu se dařilo udržet jen do počátku 50. let.

Televizní vysílání se postupně stalo funkčním ekvivalentem rozhlasu, protože plnilo stejné mediální obsahy a navíc přinášelo nové vjemy. Od poloviny 50. let ztratil rozhlas posluchače ve večerních hodinách a musel změnit své funkce, aby uspokojil jiné potřeby masového publika. (Fonogram, 2012)

Vedle komerční sítě rozhlasových stanic vznikaly v 50. letech sítě vzdělávacích neziskových stanic, v roce 1967 byl přijat kongresem zákon o ustanovení a financování Corporation for Public Broadcasting (CPB). Tato legislativní opatření měla za cíl podpořit lokální televizní a rozhlasové stanice. V roce 1970 vznikla celostátní rozhlasová síť National Public Radio (NPR). (Šmíd, 2004, s. 5 - 6)

Síť se skládala ze samostatně fungujících stanic, které se podle potřeby propojovaly a byly v kontaktu s celostátní sítí. Měly několik finančních zdrojů: členské klubové příspěvky,

podnikatelské a nadační dary, podporu od škol a univerzit. Část příjmů činily veřejné zdroje, jako byly dotace, přispívala i CPB. Zdrojem zisku, ale nepříliš velkého, byla reklama, jejíž příjmy byly závislé na sledovanosti a dosahu. (Šmíd, 2011, s. 64) Důležité je zmínit, že podíl posluchačů veřejnoprávních stanic byl oproti celkovému počtu posluchačů nízký.

Během 70. a 80. let rozhlas zůstal nadále stabilizovaný a nasycenost vybavenosti rozhlasovými aparáty dosáhla svého maxima, v roce 1985 připadalo na rodinu 5,5 přijímače. Rozhlas patřil tedy stále k nejrozšířenějšímu masovému médiu. Funkcí programů bylo přinést posluchačům nejen zábavu, ale i stručný přehled informací. (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 116)

3. Analytická část

3.1. Hypotézy

Hypotéza č. 1: Vývoj rozhlasu (kulturního prvku) odpovídá charakteristikám procesu šíření inovací v moderních společnostech a prochází čtyřmi fázemi.

Hypotéza č. 2: Z tohoto hlediska lze fáze šíření inovace aplikovat na vývoj rozhlasu v Československu a ve Spojených státech amerických. Tyto fáze se liší v obou společnostech délkou jejich trvání.

Hypotéza č. 3: Průběh šíření inovace je ovlivňován nejen vývojem rozhlasové technologie, ale i vnějšími faktory, a to především politickými, ekonomickými, kulturními a sociálními.

Hypotéza č. 4: Vývoj československého a amerického rozhlasu ovlivnily vnější faktory obdobným způsobem.

3.2. Cíle analýzy

V této části diplomové práce analyzuji vývoj československého rozhlasu jako proces kulturní změny. Z tohoto hlediska je rozhlas chápán jako kulturní prvek, který se šíří v moderní společnosti, v tomto případě v Československu a USA. Tato kulturní změna probíhá v souladu s majoritním systémem hodnot a norem (u obou společností tomu tak bylo), společenský systém je pak více kompaktní a stabilní.

Československý rozhlas je zde zkoumán v letech 1923 – 1974, cílem analýzy je ukázat v tomto období celistvý pohled na vznik a transformaci kulturního prvku aplikovaného na československý rozhlas. Předpokladem je, že raná fáze trvala do roku 1925, fázi růstu lze vysledovat až do druhé poloviny 50. let, od té doby se rozhlas nachází ve fázi stabilizace. Hypotézou je, že proces inovace je v případě amerického rozhlasového vývoje obdobný s

československým, pouze se odehrál s časovým předstihem, do jednotlivých fází v USA rozhlas dospěl dříve, je to dané již jeho vznikem, který byl o několik let dříve, v roce 1920.

Jak jsem popisovala v předešlé kapitole, v mnoha ohledech se mediální systémy těchto zemí odlišovaly. V Československu fungoval model polostátního a později státního rozhlasu, ve Spojených státech působili soukromí vysílatelé.

3.3. Metody analýzy

Ve své diplomové práci používám vybrané historické a sociologické metody. V teoretické části převažuje historická analýza a v empirické části aplikuji komparaci, zároveň využívám sekundární analýzu dat. Nejdříve bych ráda popsala obě metody.

3.3.1. Historická analýza

Historická analýza chápe text jako historický pramen. V tomto případě jsou objektem nejen určité historické jevy, ale také mediální subsystémy (československý a americký rozhlas).

Vycházím z předpokladu, že jednotlivé prvky subsystému je třeba analyzovat v kontextu s ostatními a zabývat se vztahy mezi nimi. *Mediální subsystém* ovlivňuje také další subsystémy kultury a jejich prvky, jsou to například faktory: ekonomika, náboženství, politika, kultura.

Samotný mediální subsystém lze rozčlenit na více složek:

1. *Legislativní rámec* - zákony, vyhlášky a další zákonodárné dokumenty, na jejichž základě rozhlas funguje.
2. *Politický rámec*, který závisí na formě politického vedení ve společnosti, na vztazích mezi politikou a médií, vázaností na stát.
3. *Kulturní rámec*, tedy hodnoty a ideje, které sdílí členové těchto společností a odráží se i v komunikaci, tedy v médiích, ovlivňuje i zaměstnance těchto organizací, ale také jejich posluchače.
4. *Technologický rámec* působí na to, jakým způsobem jsou komunikační sdělení produkována, šířena a recipována. (Trampota, Vojtěchovská, 2010, s. 31 – 33)

V diplomové práci se zabývám rámcem a vlivy, které působí na rozhlas, a také dalšími kulturními elementy, jež ovlivňují mediální subsystém.

3.3.2. Sekundární analýza

Sekundární analýza dokumentů je rozbor hmotného záznamu lidské činnosti, data jsou použita pro jiný výzkumný záměr, než za jakým byla nashromážděna. (Disman, 1999, s. 124)

Charakteristikou výzkumu je, že testuje omezený počet hypotéz a ověřují se tak množiny relevantních kombinací nashromážděných proměnných. V analýze používám jen ty údaje a informace, které jsou pro výzkum potřebné. (Disman, 1999, s. 175)

Data byla sebrána za odlišnými záměry a mohou nabývat rozdílného charakteru. Těmito dokumenty jsou statistická data, daňové záznamy, osobní deníky, telefonní účty, novinové články, záznamy rozhlasových pořadů atd. V mém případě jsem ocenila například statistické ročenky či záznamy o sčítání lidu.

3.4. Popis dat

Všechna data, která jsem použila pro diplomovou práci, byla již sebrána za jiným účelem, jejich získání však nebylo jednoduché. Nebylo možné využít jiné diplomové práce, které zpracovaly téma rozhlasu stejným způsobem, kulturologickou nebo antropologickou optikou nezkušují rozhlas ani knižní publikace.

Obrátila jsem se tedy nejdříve na samotnou mediální instituci Český rozhlas, jejíž součástí je Archiv ČRo. Hledání bylo zkomplikováno tím, že katalog archivu neexistuje v digitalizované podobě, proto je potřeba nejdříve strávit několik prvních návštěv procházením katalogů. Pokud badatel požadovaný dokument potřebuje, je mu buď vyhledán ještě ten den, nebo je připraven k dalšímu příchodu, což není překážkou, avšak většinu potřebných údajů jsem v archivu nenalezla. O cenách rozhlasových přijímačů v období první republiky jsem zde našla jen zmínky. Dále jsem potřebovala doplnit chybějící počty koncesionářů v časových řadách, tento údaj jsem posléze získala, ale absolutní čísla působila nepatřičně, do trendu tohoto období nezapadala, čísla přitom byla z důvěryhodného zdroje. Také v archivu ani jinde nebylo možné dohledat údaje o počtu koncesionářů po roce 1974, od roku 1976 začal Československý rozhlas uvádět pouze data o evidovaných přijímačích a organizacích. Jedná se o úplně jiný ukazatel, který nelze srovnávat s daty, jež analyzuji do roku 1974, takže tyto údaje neuvádím, navíc po tomto roce byla saturace rozhlasových přijímačů vysoká a data z tohoto období proto nejsou potřebná. Některé časové řady s počty koncesionářů bylo možné získat i přímo v publikacích jako například *Od mikrofonu*

k posluchačům, Vývoj výzkumu rozhlasových posluchačů v Československu a v České republice.

Další institucí, se kterou jsem spolupracovala, byl Český statistický úřad. Některé informace jsem získala přímo na webových stránkách úřadu. Jednalo se o vybrané demografické údaje, především koncové stavy obyvatelstva a počty domácností, na internetu byly dostupné údaje většinou až od 60. let 20. století. Postupně jsem vyhledávala data v Ústřední statistické knihovně, tedy základní údaje o počtu obyvatel a domácností. Náročné bylo získat také mzdy z tohoto období, které jsem potřebovala využít jako důležitý ukazatel v počátcích rozhlasu. Nejobtížnější bylo získání počtu obyvatel z období Protektorátu Čechy a Morava a v roce 1945 po skončení války, které bylo třeba dát do souvislosti s počtem koncesionářů.

Informace, které jsem hledala nejdéle, byly ceny rozhlasových přijímačů za první republiky. Data, která jsem nejdříve získala, byla nedostatečná. V publikacích bylo většinou uváděno, že přijímače byly drahé, ale nebylo možno získat přesné ceny, o jaké značky se jednalo a v jakých letech. Několik údajů jsem našla v *Týdeníku rozhlas* z roku 2007, uveřejňoval je Miroslav Fiala v seriálu *Rádio a lidé - o historii radiotechniky*.

Zvrat ve sběru dokumentů nastal, když jsem kontaktovala Národní technické muzeum, kde mně tiskový odbor doporučil Reného Melkuse, kurátora oddělení elektrotechniky, informatiky a akustiky NTM. Specialista na historické rozhlasové aparáty mi ochotně poskytoval svoje znalosti, navedl mě na různé katalogy radiotechniky, firmy vyrábějící aparáty a historické časopisy. Umožnil mi z dokumentů získat data, jednalo se například o časopis *Radiojournal, revue pro sběratele a příznivce historické radiotechniky, Philips radio, radiotechnický měsíčník*. V časopisech jsem našla mnoho zajímavých informací včetně ceny přijímačů různých značek.

3.5. Analýza dat

V této analýze zkoumám jeden ze segmentů médií - rozhlas, zabývám se jeho vývojem v daném kulturním systému a sleduji ukazatele dvojího druhu:

1. Ukazatelé šíření inovace rozhlasu: vývoj počtu obyvatel a počtu domácností, vývoj počtu koncesionářů, podíl domácností s koncesí v českých zemích, počet koncesí na tisíc obyvatel.
2. Ukazatelé některých vnějších faktorů ovlivňujících šíření inovace: roční platba za poslech rozhlasu, počet denních mezd dělníků odpovídajících ceně přijímače, výše poplatků za rok

atd. Pro potvrzení hypotéz uvádím také v dalším grafu vybavenost domácností rozhlasovými přijímači v USA.

3.5.1. Ukazatel: podíl domácností versus počet obyvatel v českých zemích

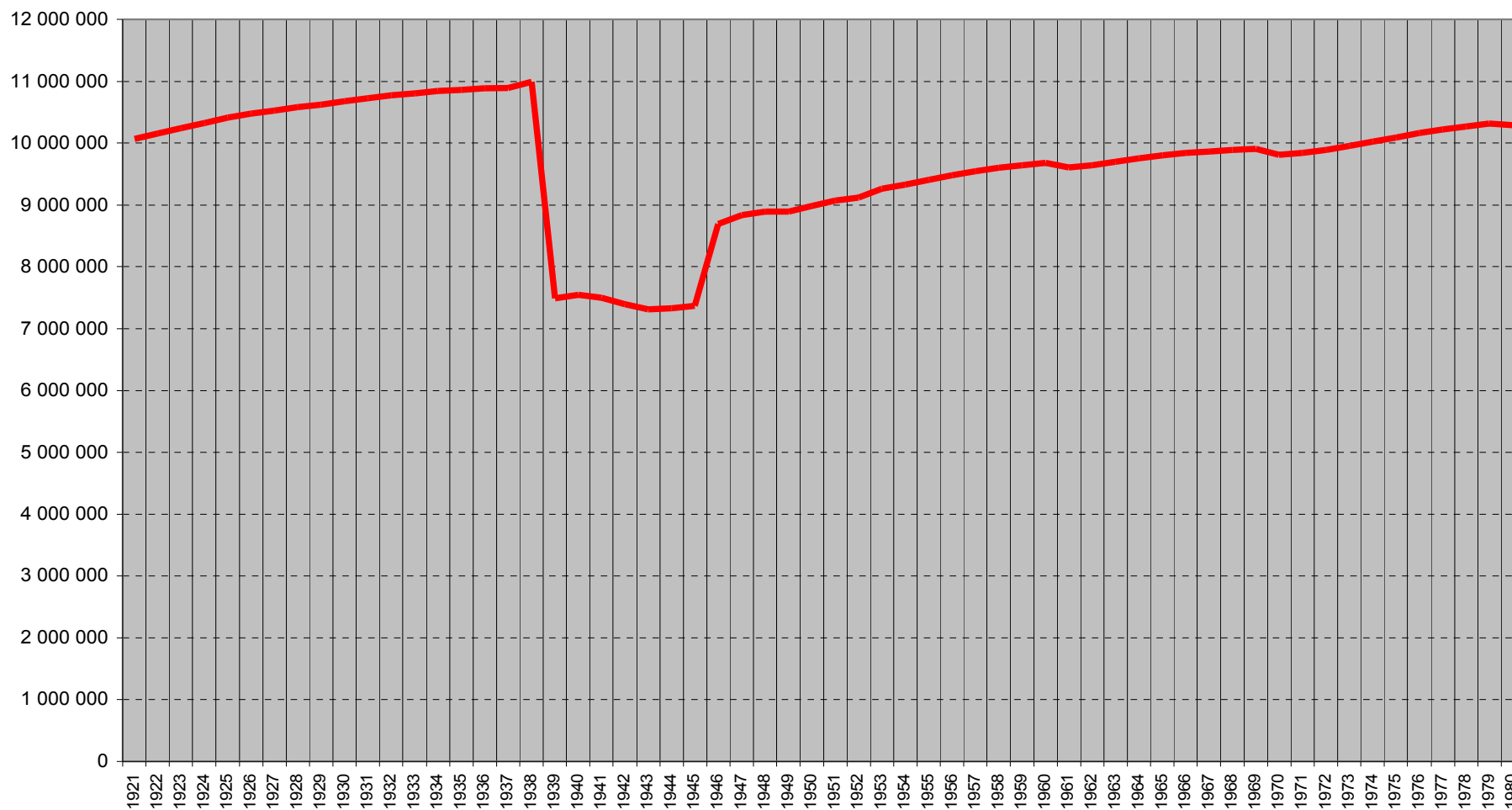
Pro analýzu je důležitý především vývoj počtu domácností a počtu obyvatel, tuto dvojici ukazatelů uvádím z důvodu ověření správnosti. Vývoj počtu domácností byl vytvořen pomocí aproximace, měla jsem údaje jen za některé roky. Avšak srovnání obou ukazatelů znamená ověření provedených výpočtů, dokazuje tedy stejnou tendenci vývoje.

Pozn. ke grafu č. 1: Jedná se o obyvatele českých zemí, uvedeny jsou konečné stavy obyvatelstva, pouze v letech 1939 – 1944 se jedná o střední stavy obyvatelstva (počty obyvatel v Protektorátu Čechy a Morava).

Abych zjistila počet obyvatel ve vnitrozemí v roce 1945, odečetla jsem od celkového čísla počet obyvatel v pohraničí (v roce 1945 byl počet obyvatel v českých zemích uváděn pouze včetně pohraničí, ale počet koncesionářů bez pohraničí, bez tohoto výpočtu by nebylo možné dát ukazatele do vzájemné souvislosti).

Graf č. 1

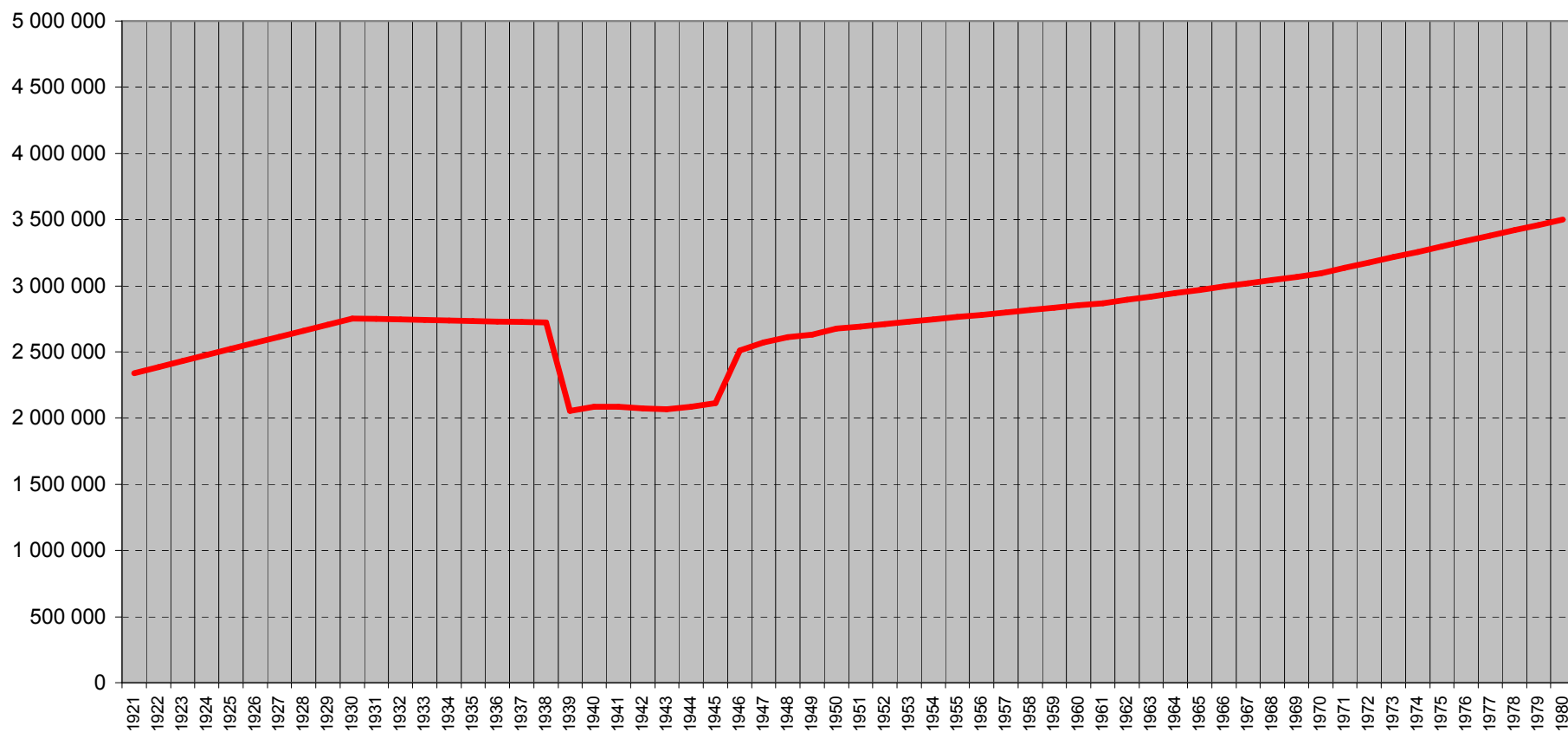
Počet obyvatel v českých zemích



Zdroj: Data získána z www.csu.cz - Český statistický úřad, 1000 let obyvatelstva českých zemí, Statistická ročenka Protektorátu Čechy a Morava

Graf č. 2

Počet bytových domácností v českých zemích



Zdroj: Data získána z www.csu.cz - Český statistický úřad, 1000 let obyvatelstva českých zemí

Pozn. ke grafu č. 2: Jedná se o rodiny v českých zemích. Počty domácností jsem měla jen za některé roky, pouze ze sčítání lidu v roce 1921, 1930 (v roce 1940 neproběhlo z důvodu druhé světové války), 1950, 1961, 1970, 1980. Proto byly hodnoty ostatních roků odhadnuty pomocí extrapolace. K výpočtu byl použit průměrný počet členů domácnosti.

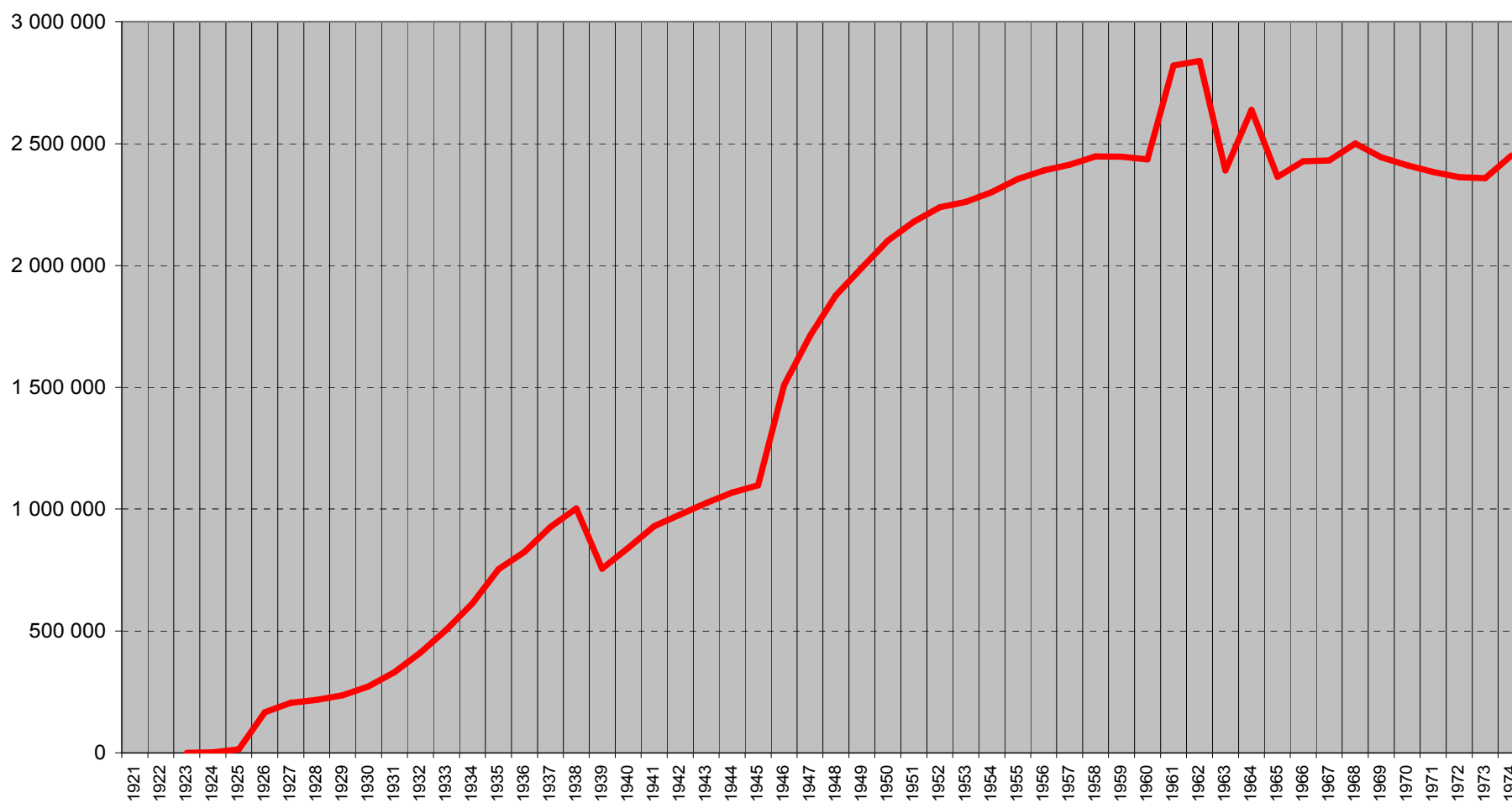
3.5.2. Indikátory vybavenosti rozhlasovými přijímači

Jako ukazatel vybavenosti zde uvádím počet koncesionářů a podíl domácností s koncesí. Dva ukazatele znamenají ověření správnosti. Výchozím předpokladem je, že každá domácnost vlastní jednu koncesi, tedy jeden přijímač. Z hlediska předmětu analýzy je důležité, zda domácnost vlastní přijímač, počet aparátů v domácnosti není již podstatný. V prvním grafu se jedná o počet absolutní, v druhém o relativní, který je stěžejní a ukazuje celistvost vývoje inovačního procesu. Doplnujícím ukazatelem je počet koncesí na tisíc obyvatel, který dokazuje shodný vývoj rozhlasu s dalšími indikátory.

Pozn. ke grafu č. 3, 4, 5: V grafech jsou patrné dva výkyvy, první v roce 1939 byl způsoben druhou světovou válkou. Druhý výkyv v letech 1961, 1962 byl zapříčiněn chybou ve vykazování (tyto hodnoty pocházejí z Archivu Českého rozhlasu).

Graf č. 3

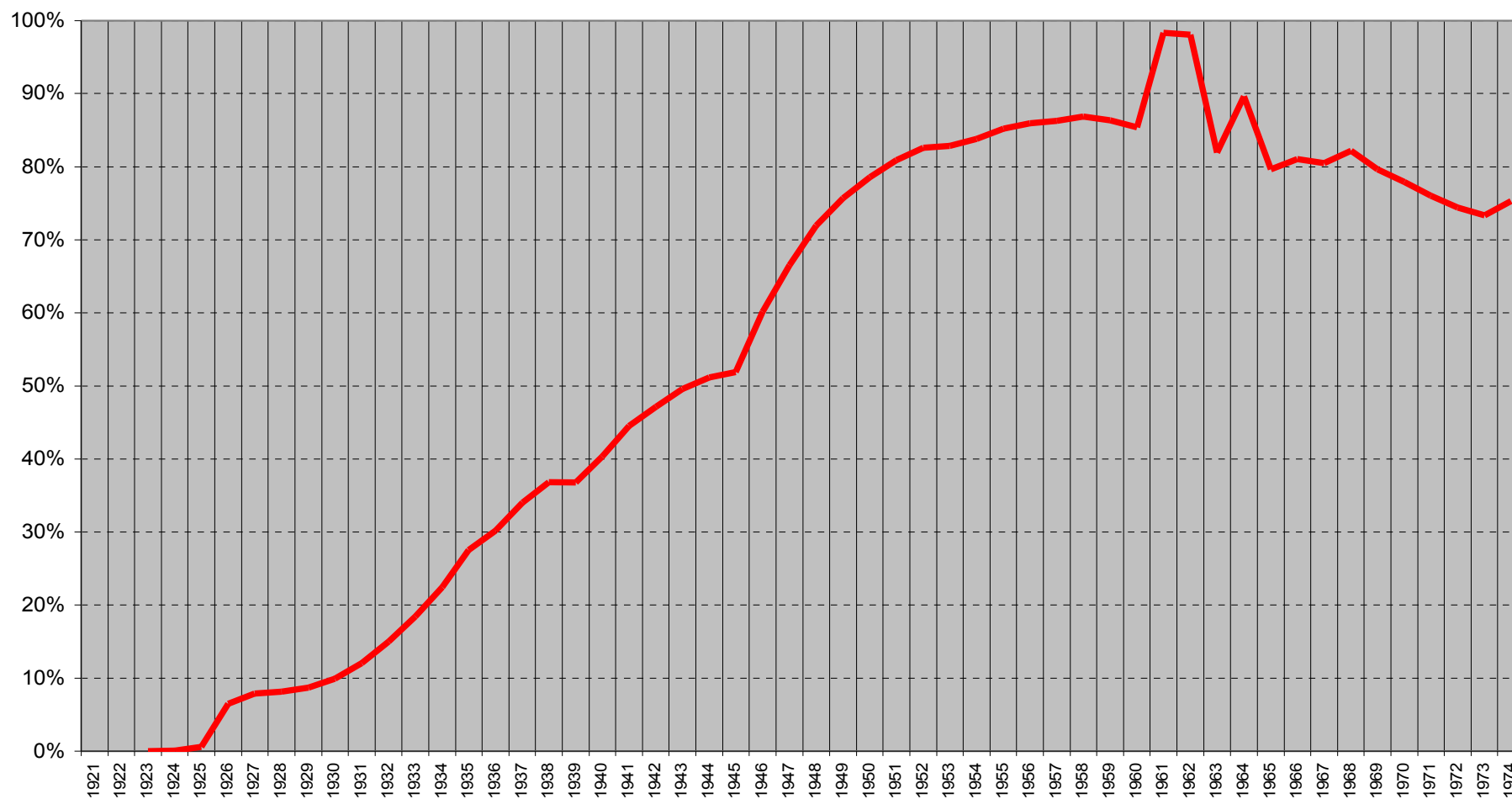
Počet koncesionářů v českých zemích



Zdroj: Od mikrofonu k posluchačům, Archiv Českého rozhlasu

Graf č. 4

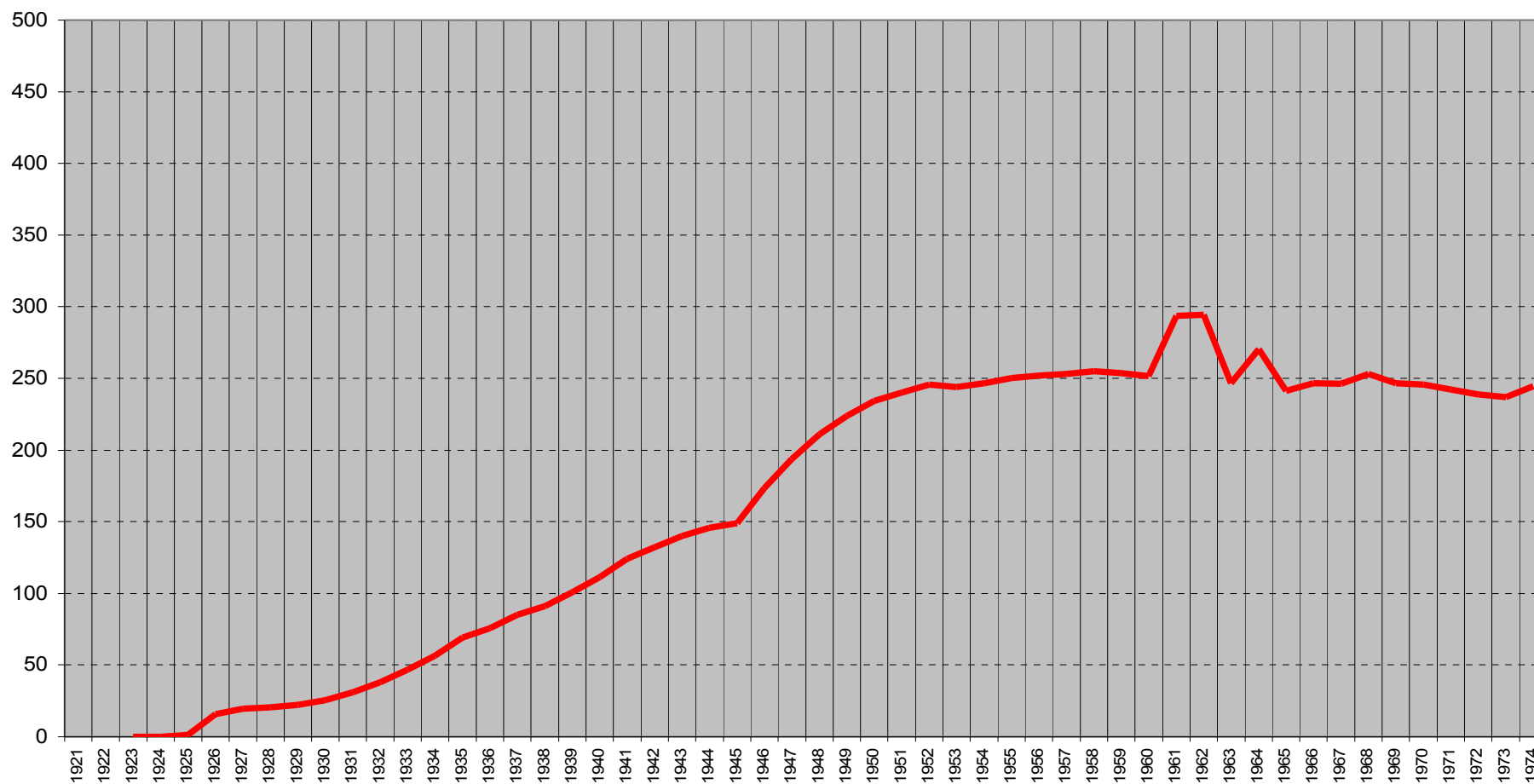
Podíl domácností s koncesí v českých zemích



Zdroj: *Od mikrofonu k posluchačům, Archiv Českého rozhlasu, Český statistický úřad, 1000 let obyvatelstva českých zemí*

Graf č. 5

Počet koncesí na 1000 obyvatel v českých zemích



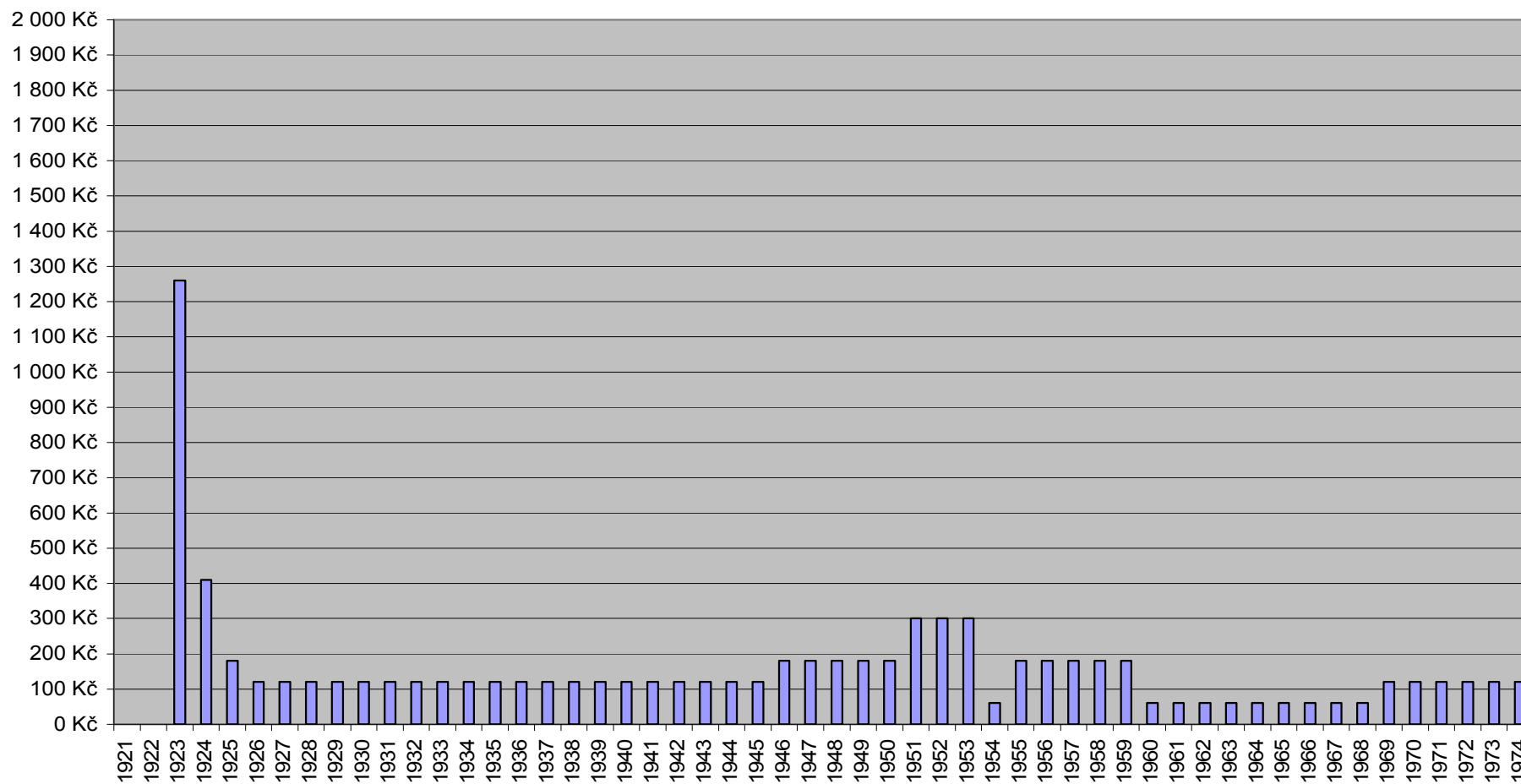
Zdroj: *Od mikrofonu k posluchačům, Archiv Českého rozhlasu, Český statistický úřad, 1000 let obyvatelstva českých zemí*

3.5.3. Indikátor mzdy za první republiky a výše koncesionářského poplatku

Zajímavým indikátorem je výše koncesionářského poplatku. Tento ukazatel je podstatný zejména v prvních třech letech od vzniku rozhlasu. K poslouchání rozhlasu byla totiž z počátku potřeba značná finanční částka. Kromě ceny přijímače musel posluchač platit evidenční poplatek, ten činil u prvních posluchačů rozhlasu 60 Kč a 100 Kč stálo měsíční předplatné pro Radiojournal. Již v roce 1925 bylo zrušeno dvojí placení a posluchač platil jednotný poplatek 20 Kč, na konci tohoto roku jen 15 Kč. V roce 1926 se snížil na 10 Kč, což vedlo k rapidnímu zvýšení počtu posluchačů. Po tomto výrazném poklesu poplatků již neměl tento indikátor vliv na šíření inovace rozhlasu. Zajímavý je pak ještě výkyv na začátku 50. let, kdy byla cena opět zvýšena. K snížení na pětinu došlo v roce 1954, což bylo z důvodu měnové reformy, která znehodnotila občanům úspory, tudíž reálně poplatek nebyl snížen.

Graf č. 6

Roční platba za poslech rozhlasu v českých zemích

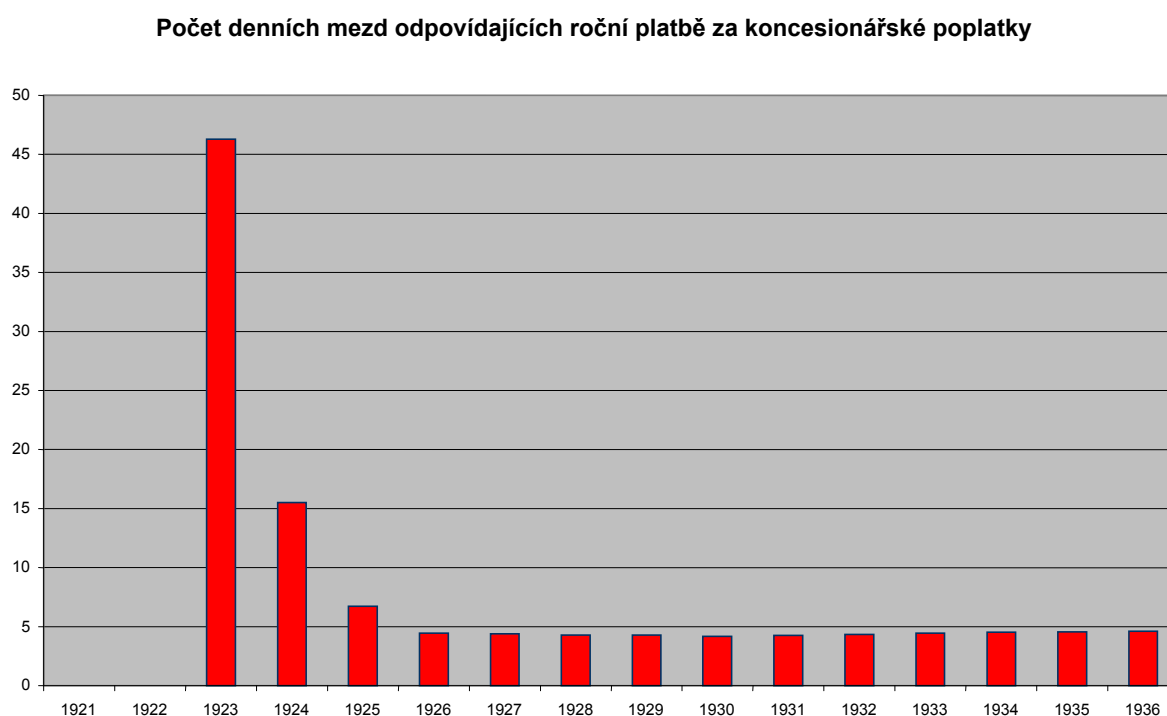


Zdroj: Od mikrofonu k posluchačům, Archiv Českého rozhlasu

3.5.4. Souvislost průměrné denní mzdy a výše koncesionářského poplatku

Souvislost průměrné denní mzdy dělníka a výše koncesionářského poplatku ukazuje, jak bylo rozhlasové vysílání pro první koncesionáře drahé. Dělník musel na koncesionářské poplatky vydělávat v roce 1923 měsíc a půl, v roce 1925 týden, přitom jeho denní plat v tom roce činil necelých 27 korun, horník ve stejném roce však vydělával 39 korun. I během hospodářské krize zůstal rozhlas oblíbený, platy se nesnižovaly, zaznamenaly mírný nárůst.

Graf č. 7



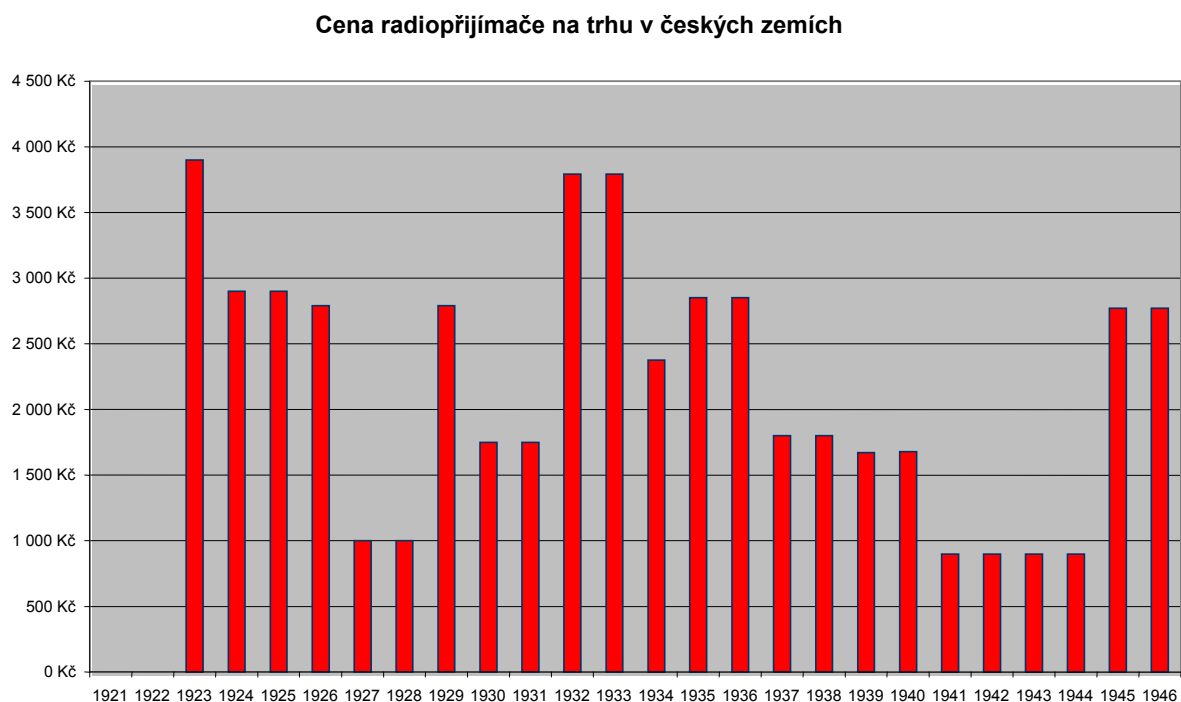
Zdroj: Od mikrofonu k posluchačům, Archiv Českého rozhlasu, Historická statistická ročenka ČSSR, Statistická příručka republiky Československé

3.5.5. Souvislost indikátoru průměrné denní mzdy a ceny přijímače

Cenou přijímačů se zabývám ve dvou grafech, v prvním sleduji vývoj ceny v čase, v druhém je znázorněno, kolik dní musel dělník pracovat, aby si vydělal na přijímač v rané fázi a ve fázi vzrůstu šíření inovace. Běžný přijímač stál na počátku rozhlasového vysílání skoro 4 000 korun. Lepší pětilampový přijímač stál i 14 000 Kč, třilampový s doplňky, jako byly baterie, reproduktory, sluchátka, náhradní lampy a drobné příslušenství s montáží, se pohyboval v ceně 10 000 Kč. (Koníček, 1948, s. 22) Oblíbenými značkami byly v období první republiky: Philips, Eta – Radieta, Titan, Telefunken nebo Telegrafia. Kvalitní několika lampový přijímač stál v roce 1925 2 900 Kč. Od roku 1929, kdy propukla světová hospodářská krize, byly přijímače opět dražší. Hypotéza je, že se začaly vyrábět kvalitnější a dražší přijímače, cena mohla také souviset s ekonomickou krizí. Co je však jisté, že lampový přijímač byl během meziválečného období drahou záležitostí (pokud nebyl posluchač kutil a nevyrobil si ho sám, nebo si pořídil krystalový přijímač). Pokud uvedeme jako příklad rok 1929, průměrný plat dělníka za směnu činil 28 Kč, ovšem u zemědělského mužského dělníka pouhých 17 Kč (žena vydělávala necelých 11 Kč). (Historická statistická ročenka ČSSR, 1985, Statistická příručka republiky Československé, 1925)

Z grafu vyplývá, že nejdražší byly rozhlasové aparáty v prvních několika letech po zahájení vysílání, přijatelnější byly ceny během druhé poloviny 30. let. V druhé polovině 40. let přijímače nadále zlevňovaly a rozhlas se stával běžnou součástí domácností.

Graf č. 8

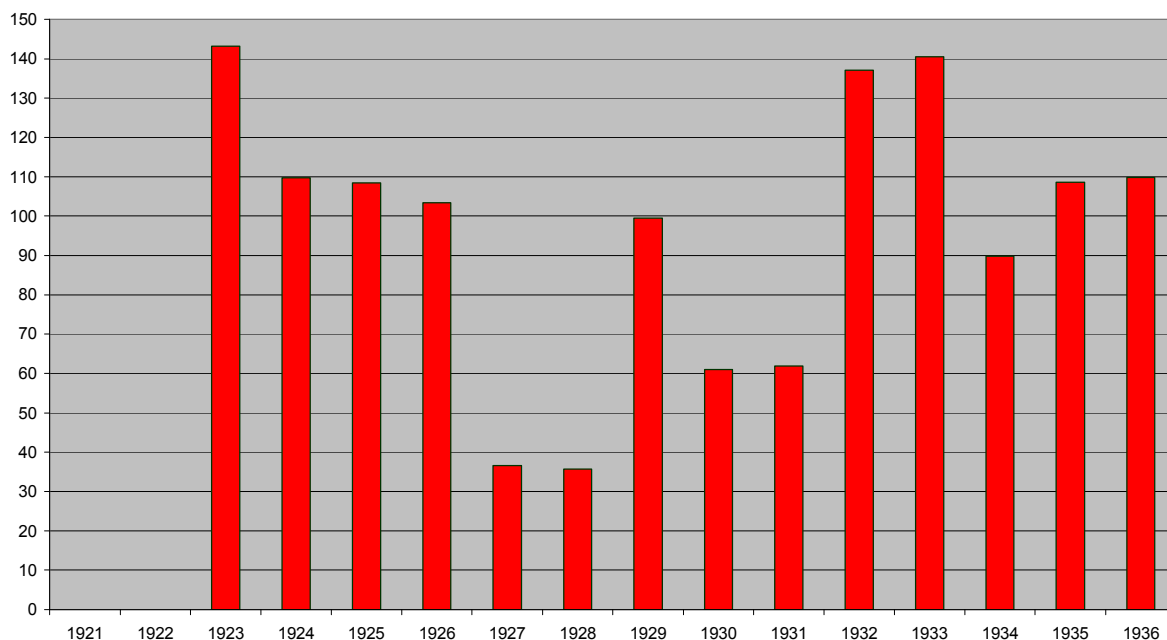


Zdroj: Radiojournal, revue pro sběratele a příznivce, katalog Telegrafia

Pozn.: Do grafu byly použity přijímače značky Philips, Telefunken, Telegrafia, firma Myslík – Hyršovský (Radiozáводы Přelouč)

Graf č. 9

Počet denních mezd odpovídajících ceně radiopřijímače v českých zemích



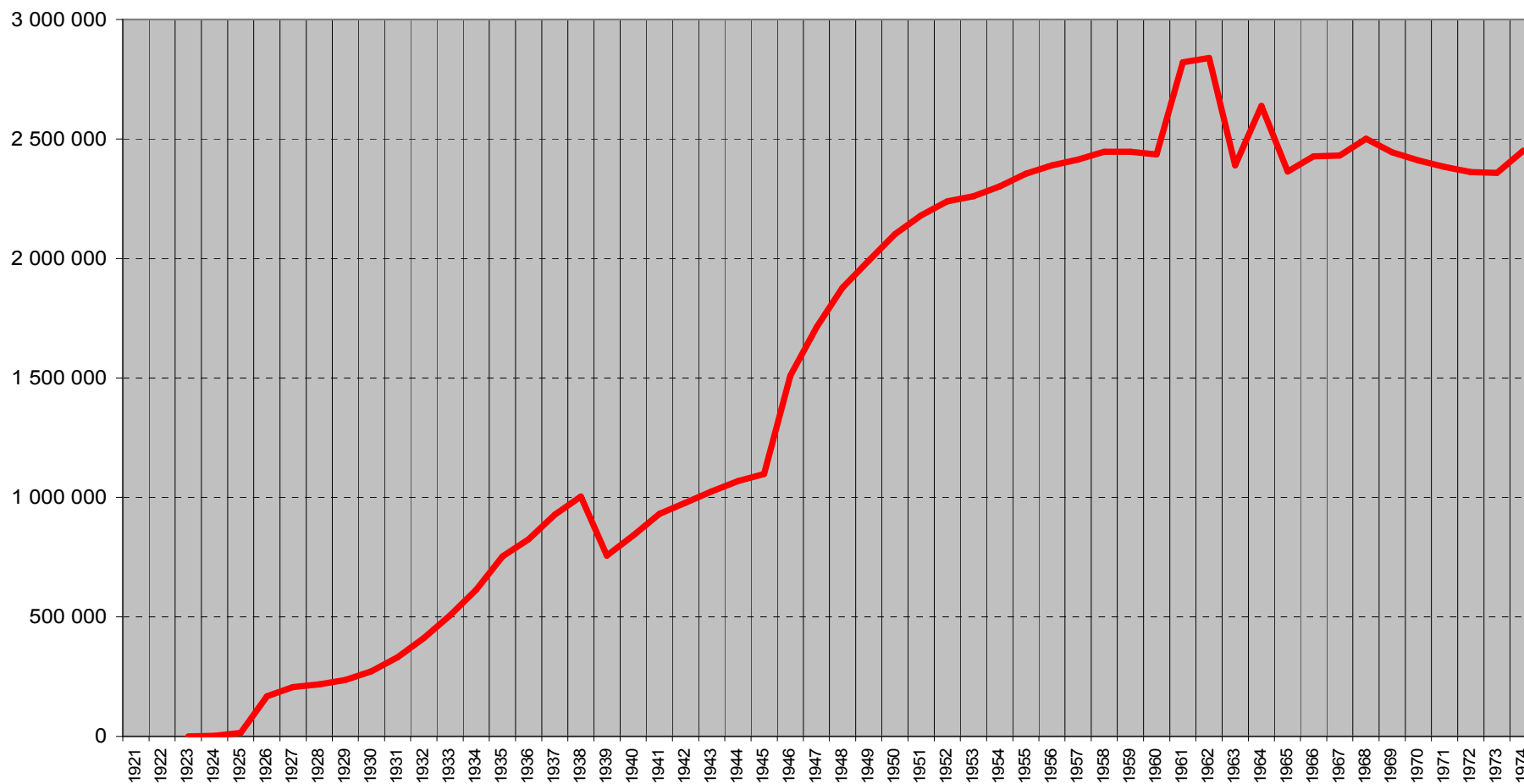
Zdroj: Radiojournal, revue pro sběratele a příznivce, katalog Telegrafia, Archiv Českého rozhlasu, Historická statistická ročenka ČSSR, Statistická příručka republiky Československé
Pozn.: Do grafu byly použity přijímače značky Philips, Telefunken, Telegrafia, firma Myslík – Hyršovský (Radiozávody Přelouč)

3.5.6. Kulturologická interpretace analýzy: Vývoj rozhlasového vysílání v Československu a Spojených státech amerických

Na závěr uvádím dva grafy, oba jsou založeny na jiné metodice a jiném základě. První graf zobrazuje vývoj počtu koncesionářů v českých zemích (tedy vybavenosti domácností rozhlasovými přijímači). Druhý se zabývá průměrným počtem přijímačů v USA. Podstatné je, že oba grafy ilustrují šíření inovace v obou zemích a potvrzují hypotézu, že inovační proces rozhlasu měl v Československu podobný vývoj jako ve Spojených státech. To dokazují i předešlé grafy, které se zabývají nejen křivkou kulturní změny, ale také faktory ovlivňujícími kulturní inovace. Podmínky působící na vývoj rozhlasu a další okolnosti rozvoje tohoto kulturního prvku jsem rozebírala v předešlých kapitolách.

Graf č. 10

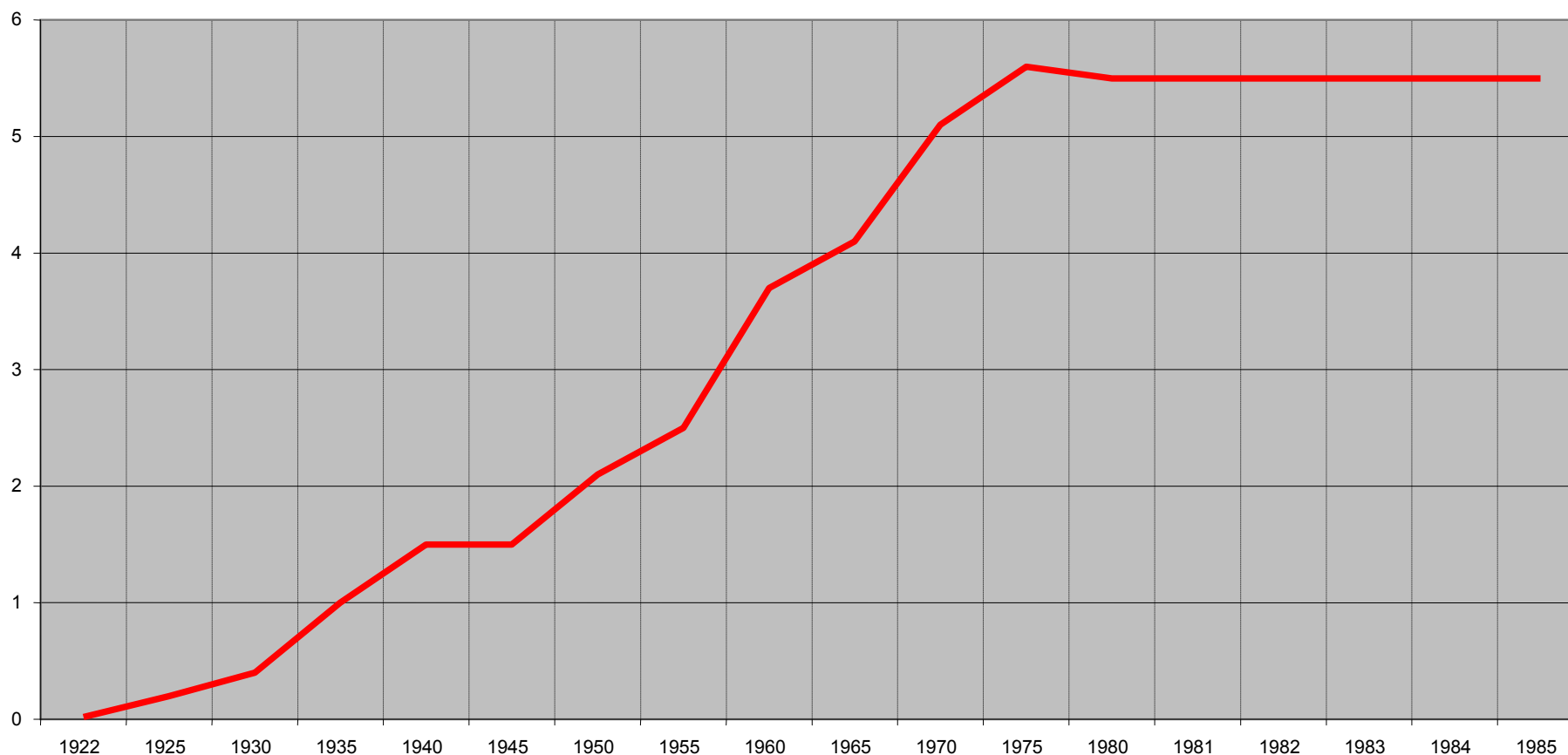
Počet koncesionářů v českých zemích



Zdroj: Od mikrofonu k posluchačům, Archiv Českého rozhlasu

Graf č. 11

Průměrný počet přístrojů připadajících na 1 domácnost v USA



Zdroj: Teorie masové komunikace (U. S. Bureau of Cencus, Statistical Abstract of the United States)

Pozn. ke grafu č. 11: Čísla po roce 1960 obsahují i Aljašku a Havaj. Některé údaje byly oproti předcházejícím vydáním přezkoumány, protože tomu tak bylo i ve zdrojích.

Z grafů je patrné, že oba kulturní prvky (rozhlas) ukazují podobný vývoj. Za vznik kulturní inovace se považuje regulérní zahájení vysílání rozhlasových stanic, tedy v USA v roce 1920 a v Československu v roce 1923. Při vzniku kulturního elementu byly důležité technické inovace, vzápětí vysílání vyžadovalo vytvoření instituce, aby se mohl prvek dále rozvíjet. Po splnění těchto podmínek nastoupila fáze růstu, prudkého osvojování média, která nadešla u obou kulturních prvků v druhé polovině 20. let 20. století, podpořily ji technologické, ekonomické, legislativní a další faktory. Ve zlaté éře se rozhlas nacházel v 30. a 40. letech 20. století, během ní výrazně rostla vybavenost rozhlasovými přijímači, americký rozhlas vstoupil do fáze stabilizace v roce 1935, kde došlo k saturaci vybavenosti přijímačů v domácnostech, československý rozhlas dospěl do této fáze v roce 1958. Do procesu kulturní změny vstoupil v druhé polovině 50. let ve Spojených státech faktor nového média – televize, kterou si rychle osvojovali původně rozhlasoví posluchači, ke stejné situaci došlo v ČSR o deset let později. S masovým rozšířením televize vstoupil rozhlas do dalšího stádia vývoje. Aby uspěl v konkurenčním boji, musel hledat funkční ekvivalent.

S fázemi šíření kulturní inovace souvisí také podoba kulturního prvku a jeho charakteristiky. Podstata obou rozhlasů spočívala na odlišných formách financování, americký rozhlas byl podporován velkými komerčními společnostmi, takže zastával jejich politiku, hlavním cílem byl zisk. Z toho vyplývalo i komerční postavení rozhlasu a jeho zábavní funkce, později se vyvíjela také funkce informační. Československý rozhlas vznikl také jako soukromá společnost, která ale měla vazbu na stát, reklama byla zpočátku pro československý rozhlas nepřijatelná. Kladl důraz na vzdělávací a osvětovou funkci, informační se vyvíjela postupně.

Dalším cílem mé práce bylo zjistit, jak se postupem času měnily funkce rozhlasu. V prvních několika desetiletích byl rozhlas v USA i v Československu vlivným masovým médiem, které zasahovalo do života milionů lidí. V 30. letech zažíval rozhlas období rozvoje a rozkvětu. Druhá světová válka více ovlivnila český rozhlas než americký, v Protektorátu Čechy a Morava byl nástrojem propagandy, ale plnil také funkci oddechovou, psychologickou a informační, podobné funkce mělo i rozhlasové vysílání ve Spojených státech. Po skončení války měl český rozhlas funkci organizátora a informátora. Období svobody a demokratizačního rozvoje trvalo však jen do roku 1948, v USA nadále pokračovalo pro rozhlas příznivé prostředí. Od roku 1948 byl československý rozhlas v rukou politické moci a stal se nástrojem propagandy, klesla také dočasně úroveň programu. Propagandisticky byl v 50. letech ovlivňován také americký rozhlas, od 70. let převažují u tohoto média především funkce zábavní a informační.

3.6. Srovnání vývoje dvou kulturních elementů – rozhlasů v Československu a USA

Inovace je dosahování nových cílů pomocí změny v materiálních objektech, aktivitách a symbolech. (Petrusek, 1985, s. 105) Šíření rozhlasu probíhalo paralelně v obou zemích odlišným způsobem, tyto inovace však vycházejí ze stejných technologických invencí.

Vynálezů, bez kterých by radiová a rozhlasová komunikace nemohla vzniknout, bylo více. Například Michael Faraday a Joseph Henry v roce 1831 a 1832 objevili nezávisle na sobě elektromagnetickou indukci, v roce 1873 James Clerck Maxwell popsal matematický princip šíření elektromagnetických vln. Německý fyzik Heinrich Hertz v roce 1887 experimentálně dokázal existenci elektromagnetických vln a sestrojil přístroj. (Trubačová, 2010, s. 6 – 8)

Již před vznikem rozhlasu jako prostředku masové komunikace docházelo ke zrychlení společenského pohybu, probíhalo množství změn v malých časových úsecích, jejich počet se navyšoval a pohyb akceleroval během masového šíření médií, v případě rozhlasu v USA v 20. letech a v Československu v 30. letech 20. století.

Vzniku prvních rozhlasových stanic ve Spojených státech a Československu předcházela v prvním a druhém desetiletí 20. století řada pokusů s bezdrátovým telegrafem a vyvíjela se také radiotechnologie. Experimenty s radiofonií v obou zemích pozastavila první světová válka. Radiové systémy byly vyvíjeny především pro vojenské účely, na druhou stranu tak došlo k technickému zdokonalení, pokrok mohly využít po válce soukromé společnosti.

Soukromníci investovali v USA do vývoje nových technologií značné finanční prostředky a bojovali o uznání patentů pro své vynálezy, také byly budovány nové výkonné vysílače. K technologickým expanzím docházelo v období po první světové válce i v Československé republice, kde začala být budována síť nových vysílačů. (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 110 – 112)

První radiofonické vysílání a pokusy s ním byly uskutečňovány na fakultě České techniky v laboratoři pod vedením jejího prof. dr. A. Žáčka ve spolupráci s vojenskými techniky. V rozvoji radiofonie v ČSR a USA existují také další rozdíly, z kterých pak vyvstává zcela odlišné uspořádání systému vysílání. Ve Spojených státech byl již předchůdce rozhlasu, telegraf, spravován soukromými společnostmi, proto pokus dát radiové vysílání do rukou státu byl neúspěšný a tuto oblast zcela ovládlo soukromé podnikání. Na rozdíl od Československa, kde byl telegraf v rukou státu, respektive pod správou ministerstva pošt a

telegrafů, logickým krokem vlády byla tedy v roce 1923 legislativní úprava, která uzákonila, že má monopol na provozování rozhlasového vysílání.

Společnými znaky vývoje rozhlasu byly pokračující technologické inovace. Všechny technické podmínky vysílání byly v USA splněny již v roce 1920, když byl postaven v Pittsburghu výkonný vysílač a vznikla zde stanice KDKA. Westinghouse Company, která ji vlastnila, tak chtěla podpořit prodej rozhlasových aparátů. V Československu byly technické inovace na takové úrovni o několik let později, vysílání bylo zahájeno v roce 1923. Společnost byla připravena k přijetí nového kulturního prvku, stejně jako v USA byla v ČSR 20. léta období stability a ekonomické prosperity. (Trubačová, 2010, s. 9)

V Československu však byly překážky pro vznik nového média institucionální a legislativní. Zásahu na vzniku rozhlasové stanice měli ing. Eduard Svoboda a redaktor Národní politiky Miloš Čtrnáctý, kteří naráželi na odpor přijetí nového kulturního elementu ze strany státu. Založit rozhlasovou společnost pro ně nebylo vůbec jednoduché především kvůli byrokratickým komplikacím, problémům s udílením licence a s financemi. Nový kulturní prvek vyžadoval změny v postojích a chování společnosti, také vznik příslušné instituce. Prosadit změnu technologickou bylo jednodušší než změnu institucionální, což se v případě rozhlasu podařilo. Zakladatelé dosáhli cíle a společnost pod názvem Radiojournal, společnost s. r. o. vznikla v červnu 1923, pravidelně rozhlas začal vysílat již v květnu. (Čábelová, 2003, s. 35 – 42)

Vznik pravidelného rozhlasového vysílání znamenal počátek rané fáze šíření nového média. Tato fáze spočívala na osvojování nového média a technickém zdokonalování. Rozšiřování rozhlasu v USA v rané fázi dokládá narůstající počet rozhlasových stanic, vysílačů a množství přijímačů v amerických rodinách. V roce 1921 bylo evidováno 21 vydaných licencí pro rozhlasové stanice, za rok a půl činil počet stanic již 254. (Pištora, 2006, s. 74) V roce 1922 vlastnilo přijímač 2 % domácností, v roce 1925 20 %. Počet posluchačů rychle vzrůstal tak, že byl nedostatek rozhlasových aparátů.

V první polovině 20. let se rozhlasové médium v USA potýkalo s několika problémy, především technickými a ekonomickými. Technologická otázka se týkala interference, stanice si vzájemně rušily vysílání. Nejdříve nastal pokus o zavedení koordinace ve vysílání, aby frekvenci v určitém čase používala jen jedna stanice, to však příliš nefungovalo. Rozhlasové vysílání vyžadovalo institucionalizaci, bylo třeba zavést legislativní opatření. Zákon o rádiovém vysílání Radio act byl přijat kongresem v roce 1927.

Šíření inovace bylo také komplikováno faktorem ekonomickým. Vysílání nepřinášelo žádný ekonomický zisk. Stanice, které byly součástí velkých firem, uživil prodej rozhlasové

techniky, ale pro menší stanice byla finanční otázka stěžejní. V průběhu první poloviny 20. let bylo navrhováno několik řešení, nakonec ale bylo přistoupeno k zavedení reklamy. Vláda nechtěla „lacinou“ reklamu do vysílání přijmout, ale přesto se stala jeho neoddělitelnou součástí. Komerce byla určující znak pro americké pojetí rozhlasu, který funguje za účelem zisku a jeho hlavním zdrojem příjmu je reklama. (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 111 - 119)

Protikladně se formovalo vysílání v Československu, kde se rozhlas potýkal také s finančními problémy a reklama byla jako finanční pomoc zcela nemyslitelná. Pro rozhlasovou společnost byly hlavním zdrojem zisku koncese a poplatky z vlastnictví přijímačů. První koncese byla udělena v září 1923. Pro podporu šíření rozhlasového vysílání a získávání nových koncesionářů byly pořádány veřejné poslechy na různých místech v Praze. V roce 1923 začal být také vydáván časopis Radiojournal, který informoval o rozhlasovém vysílání. Přesto byl počet koncesionářů v prvních letech nízký, na konci roku 1923 to bylo 47 poplatníků, v roce 1924 činil jejich počet 1 564. (Hankusová, 2006, s. 133) Problémem byly vysoké koncesionářské poplatky a špatná dostupnost rozhlasových aparátů, které byly velmi drahé (což bylo stejné na začátku 20. let v USA), v cenové relaci od téměř 4 000 Kč. Zadlužování Radiojournalu pokračovalo, nastaly také programové potíže. Situace musela být řešena, proto stát vstoupil do společnosti jako jeden z podílníků. Radiojournal musel brát zprávy od ČTK a byly mu také omezeny pravomoci. Stát mu odebral licence na prodej radiotelegrafních aparátů. (Ješutová a kol., 2003, s. 28 - 39) Mezi další pravomoci, které neměla rozhlasová společnost, ale poštovní správa, patřilo „zajišťování výstavby budov pro studia, budování a údržba vysílacích stanic, speciálních telefonních vedení a kabelových linek pro potřeby vysílání a také udržování rozhlasové studiové techniky.“ (Ješutová a kol., 2003, s. 38) V roce 1925 byla bilance aktivní i bez přispění státu, protože rapidně rostl počet koncesionářů. (Trubačová, 2010, s. 18)

Fáze osvojování kulturního prvku (stádium růstu) nastala u amerického i českého rozhlasu v druhé polovině dvacátých let. V roce 1926 činil ve Spojených státech počet posluchačů 6,4 milionů a za dalších pět let vrostl dokonce na 16,7 milionů. V roce 1926 byl v českých zemích počet evidovaných koncesionářů 167 132, v roce 1931 se navýšil na 331 155. (Pištora, 2006, s. 74)

Ve Spojených státech fungoval rozhlas v kontrastu s československým mnohem liberálněji. Společným indikátorem, který podpořil šíření nového média, bylo zlevnění přijímačů v obou zemích. V USA je bylo možné zakoupit na splátkový prodej a byly tak přístupné široké veřejnosti. (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 111 - 119)

V Československé republice začaly vyrábět přijímače české firmy a bylo možné je pořídit v dostupnější ceně i kolem tisíce korun.

Faktor spojující oba rozhlas v 30. letech 20. století byl rozšiřující se program, v USA byl již pestřejší, přinášel nejen zpravodajství, různé žánry hudby, ale také přenosy oper a bohoslužeb. K větší programové nabídce docházelo také v Radiojournalu. Invencí bylo zavedení časového signálu, objevily se pravidelné zprávy, byly vytvářeny nové rozhlasové hry. (Historie Radia Praha, 2012) Dalším důvodem rozšíření rozhlasu byl větší dosah signálu a pokračující elektrifikace českého i slovenského území. (Pištora, 2006, s. 75 - 76) V tomto období lze již mluvit o americkém a československém rozhlasu jako o masovém médiu.

Podle antropologa Bronislava Malinowského každé funkci ve společnosti odpovídá určitá instituce. Instituce, tedy i média, uspokojují určité potřeby a jsou pro chod společnosti nezbytné. Rozhlas je polyfunkční institucí, která plní více funkcí. (Petrusek, 1985, s. 105)

Základní potřebou, kterou uspokojuje rozhlas společnost, je potřeba informací, jež byla dříve naplňována tiskem. Další funkcí, kterou rozhlas plnil, byla zábavní, více se na ni zaměřoval americký rozhlas, československý Radiojournal se v prvním desetiletí zaměřoval především na klasickou hudbu. Jeho cílem bylo realizovat především funkci osvětovou a vzdělávací. (Ješutová a kol., 2003, s. 51)

Funkce rozhlasu vystihuje výroční zpráva RJ z roku 1926: „Úkol rozhlasu je vyšší, než aby byl provozován jen za účelem finančního efektu, má nejen poskytovat zábavu účastníkům, nýbrž i vzdělávat a informovat.“ (Výroční zpráva společnosti Radiojournal 1926, 1927, s. 6, cit. podle: Čábelová, 2003, s. 99) Již v druhé polovině dvacátých let byl zaveden také školský rozhlas, který byl součástí výuky na základních školách. Byl kladen důraz na vysokou uměleckou hodnotu uváděných pořadů, vysílání mělo být „platformou umění“ s cílem „pozdvihnout úroveň posluchačstva aspoň toho, které nedosáhlo ještě stupně inteligence.“ (Kovařík, 1982, s. 35, cit. podle: Čábelová, 2003, s. 99)

Funkci sociální koheze plnil rozhlas spíše v Československu, kde fungovalo vysílání pro menšiny, ale je možné, že přispíval v USA k posílení soudržnosti obyvatel určitých regionů prostřednictvím lokálních stanic, které vysílaly místní zprávy a specializovaný program.

Za zlatou éru jsou ve Spojených státech i v Československu označována 30. a 40. léta vývoje rozhlasu. Tato etapa začala světovou hospodářskou krizí v 30. letech 20. století. Americký rozhlas to příliš nezasáhlo, naopak se dále rozvíjel a vzkvétal, což dokazuje vybavenost amerických domácností přijímači. V roce 1935 připadal na každou domácnost jeden aparát, u nás měla přibližně každá třetí domácnost rozhlasový přijímač. (Trubačová, graf č. 4) V období ekonomické krize byla ještě zesílena potřeba informací, rozhlas

představoval levnější zdroj než denní tisk. Posílena byla též psychologická a zábavní funkce. V USA byly v tomto období zněkolikanásobeny tržby za rozhlasovou reklamu. Docházelo také k technickému zdokonalení přijímačů a vysílací techniky. Program byl dále obohacován o sportovní reportáže, vážnou hudbu a inscenace nebo scénky. Do programové skladby byly také zařazeny pořady určené posluchačům v zahraničí. (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 118 – 120).

Československé vysílání do zahraničí kulminovalo v roce 1938, bylo prodlouženo o hodinu denně do západní Evropy, Ameriky a vysílání do východní Evropy o dvě hodiny. Během třicátých let sice hospodářská krize postupně ustupovala, ale zůstávala se mezinárodní politická situace, která v roce 1939 vyústila ve válku. Za okupace byla média podřízena protektorátním úřadům. Nacisté zabavili rozhlasové vysílače a kabelová spojení, což zapříčinilo technické potíže. Byla zabavena centra vysílání a zastaveno krátkovlnné vysílání do zahraničí. Nacisté si uvědomovali sílu rozhlasu a používali ho k propagandistickým účelům. Jeho prostřednictvím ovlivňovali masy a politicky ho zneužívali pro své zájmy. (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 92, s. 101 - 102)

Během války bylo do Protektorátu Čechy a Morava vysíláno ze zahraničí, například z Ruska, Spojených států nebo Velké Británie, kde sídlila exilová vláda. Pomocí rozhlasu se snažila vláda na dálku morálně posilnit občany, rozhlas měl tedy za války psychologickou a informativní funkci. (Historie Radia Praha, 2012) Posluchači se mohli prostřednictvím vysílání také odreagovávat od těžkých životních situací.

V USA plnilo rozhlasové vysílání podobné funkce, ale země ani rozhlas nebyly zasaženy válkou tak jako Československo. Technologie se v té době zaměřila na válečný průmysl. Podniky, které vyráběly rozhlasová zařízení, se přeorientovaly a začaly vyrábět přístroje pro armádu. Během války poskytoval rozhlas své služby a zdroje státu. Zajišťoval válečné zpravodajství, propagandu, hlásal také snižování civilního užití důležitých materiálů a dalších stěžejních služeb. (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 120) Postavení obou rozhlasů během války bylo dosti odlišné, co se týká míry svobody vysílání, technických možností a institucionálního chování.

Po skončení druhé světové války probíhal v obou zemích rozvoj vysílání a jeho růst. V obou zemích probíhal demokratický rozvoj, v Československu se posilovala zpravodajská funkce, rozhlas už neodebíral zprávy od ČTK a zpracovával si je sám ve zpravodajském oddělení. (Krupička, 2012) Nejříve měl však důležitou funkci informátora při poválečné obnově, například vyzýval občany, aby nepřetěžovali telefonní síť. Bylo také potřeba informovat obyvatelstvo o stavu energetiky a dalších záležitostech, rozhlas měl postavení

nejdůležitějšího média v zemi, obraceli se na něj posluchači o pomoc. Po válce byl přitom rozhlas dost technicky poškozen, byla potřeba obnova zařízení a zázemí. Plnil důležitou organizační funkci, podílel se velkou měrou na obnově státu, například v oblasti infrastruktury, poštovního spojení a telegrafů, organizoval i hmotnou pomoc. Brzy bylo také obnoveno vysílání do zahraničí na krátkých vlnách. (Ješutová a kol., 2003, s. 38)

Samozřejmě i americký rozhlas vysílal do zahraničí, ale jeho vývoj byl odlišný. Po válce nemusel řešit technické poškození, ale dále se technicky zdokonaloval, rozhlasové zařízení bylo menší a přenosné. Stejně jako v USA, tak i v Československu byla v té době posílena zábavní a informační funkce rozhlasového vysílání. V roce 1945 vlastnily americké domácnosti průměrně 1,5 přijímače. (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 119 - 121) V českých zemích ve stejné době připadalo na jednu domácnost průměrně 0,5 aparátu. (Trubačová, graf č. 4)

V roce 1948 byl demokratický rozvoj v Československu tvrdě přerušen nástupem socialismu, rozhlas se stal nástrojem komunistické propagandy a měl posilovat vládnoucí ideologii. (Krupička, 2012) Ve Spojených státech sice dále fungovala komerční báze vysílání a konkurenční boj, ale v médiích se také objevovala propaganda. Velký podíl měl na tom americký senátor McCarthy, který spustil vykonstruovanou mediální kampaň proti komunistům, která byla postavena na zkreslených a zveličených informacích. V následujících letech McCarthy vznesl dodatečná obvinění týkající se infiltrace komunistů na ministerstvo zahraničí a do administrativy prezidenta Trumana za pomoci rozhlasové stanice Hlas Ameriky a armády Spojených států. (Celnarová, 2008, s. 5)

K dějinným událostem, kdy československý rozhlas zasahoval bouřlivěji do kulturního systému, patřil vykonstruovaný politický proces se Slánským v roce 1952. Rozhlas také ideologicky působil na občany při měnové reformě v roce 1953, nebo pomáhal uklidňovat posluchače při obsazení Sověty v srpnu 1968. (Historie českého rozhlasu, 2012)

V 50. letech dále narůstal v USA počet rozhlasových přijímačů, každá americká rodina vlastnila v roce 1950 v průměru 2 přijímače, v roce 1955 to bylo dokonce 2,5. Do inovačního procesu však vstoupil v tomto období nový faktor v podobě televizního média, které si začaly americké rodiny v druhé polovině 50. letů rychle osvojovat. Televize byla v té době ve vzestupné fázi a vytlačovala rozhlas z jeho výsostného postavení. Během 60. let vlastnily televizory téměř všechny domácnosti. Rozhlas již nebyl centrem domácností, nacházel se například v kuchyni, v autě a v práci. Funkčním ekvivalentem se stala tranzistorová rádia, která byla lehká, umožňovala snadný přenos. (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 121)

V 60. letech se rozšířila také v Československu, byla stále menší, vyráběly se i barevné aparáty. (Virtuální museum historické radiotechniky, 2012)

Vývoj rozhlasu v Československu byl sice s rozvojem rozhlasu v USA v druhé polovině 20. století paralelní, ale s desetiletým zpožděním. Televize začala vysílat v Československu v roce 1954, ale masově se rozšířila na konci 60. let. Počet televizních přijímačů domácností v českých zemích v roce 1968 činil 2 220 069, počet rozhlasových koncesionářů 2 500 826. Počet rozhlasových a televizních poplatníků se vyrovnal na začátku 70. let. (Ješutová a kol., 2003, s. 613)

V 60. letech vznikl ve Spojených státech podstatný kulturní element - síť veřejného a vzdělávacího vysílání, v roce 1967 byl přijat zákon zřizující Corporation for Public Broadcasting (CPB), který měl podpořit lokální neziskové aktivity. V roce 1970 začaly vysílat stanice sítě veřejného vysílání National Public Radio (NPR). (Šmíd, 2004, s. 5 - 6) Vzdělávací stanice plnily v rámci kulturního systému funkci enkulturace a socializace.

V tomto období pokračovala v USA studená válka, v Československu docházelo k rozvolňování režimu, které však bylo zastaveno srpnovou okupací v roce 1968. (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 92, s. 177 - 179)

V 70. a 80. letech se rozhlas nacházel ve stabilizační fázi. V tomto období plnil československý rozhlas kromě základních informačních a zábavních funkcí také úlohu ideologickou. Docházelo k zastarávání rozhlasové techniky, bylo obnovováno pouze základní vybavení, rozvíjely se velkovýkonové vysílače a byla budována síť vysílání na velmi krátkých vlnách. Vzniklo několik technologických novinek, vysílalo se stereo a postupně se začínalo s počítačovým zpracováním dat. (Ješutová a kol., 2003, s. 363)

Rozhlas v USA také sloužil polickým zájmům, ale měl mnohem větší svobodu. Technologické invence pokračovaly větším tempem, v 70. letech byla rozšířená kapesní rádia a integrované systémy. Autorádia byla jedním z funkčních ekvivalentů, který zajistil rozhlasovému vysílání posluchačskou přízeň. U rozhlasu začala převažovat funkce kulisového poslechu, například při sportu, hraní her či domácích pracích, stejné uplatnění nacházelo rozhlasové vysílání i v Československu. Rozhlas tedy patřil dále k nejrozšířenějšímu médiu. Právě technologické invence v druhé polovině 20. století zajistily jeho stabilitu a také u něj nenastala fáze ústupu (z hlediska vybavenosti domácností rozhlasovými přijímači) jako u tisku. (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 119 - 121)

3.7. Verifikace hypotéz

Hypotéza č. 1: Vývoj rozhlasu (kulturního prvku) odpovídá charakteristikám procesu šíření inovací v moderních společnostech a prochází čtyřmi fázemi.

Analýza tuto hypotézu potvrdila částečně, vývoj rozhlasu lze označit jako šíření inovace. V americké a československé společnosti prošel pouze třemi fázemi, a to v případě zkoumaného ukazatele (vybavenosti domácností rozhlasovými přijímači) jsou zjištěné první tři fáze – počáteční fáze vzniku rozhlasu, fáze růstu a fáze stabilizace. V tomto pojetí do fáze ústupu rozhlas ve zjišťovaném období nedospěl.

Hypotéza č. 2: Z tohoto hlediska lze fázi šíření inovace aplikovat na vývoj rozhlasu v Československu a ve Spojených státech amerických. Tyto fáze se liší v obou společnostech délkou jejich trvání.

Tato hypotéza je v souladu s výsledky analýzy. Počátek obou rozhlasů nastává téměř ve stejné době (v roce 1920 a 1923), fáze růstu také (v roce 1926). Rozdíly se ukázaly v nástupu fáze stabilizace, ke které došlo v USA oproti ČSR o více než 20 let dříve (v polovině 30. let 20. století). Fáze šíření kulturního prvku měly větší dynamiku v případě amerického rozhlasu, jak ilustruje graf č. 4. V případě amerického rozhlasu došlo k saturaci vybavenosti rozhlasovými přijímači v polovině 30. let, v Československu až o dvacet let později.

Hypotéza č. 3: Průběh šíření inovace je ovlivňován nejen vývojem rozhlasové technologie, ale i vnějšími faktory, a to především politickými, ekonomickými, kulturními a sociálními.

Sledované ukazatele (především ekonomické a technologické) a analýza odborné literatury a pramenů podporují tuto hypotézu. Ekonomické faktory významně ovlivnily vývoj rozhlasu, nejvíce rozpoznatelné jsou v rané fázi jeho vývoje. V případě československého rozhlasu rostla vybavenost přijímači v důsledku zlevnění koncesionářských poplatků a snížení ceny přijímačů, tento faktor sehrál roli v rozšiřování rozhlasu také v USA. Technologické faktory bylo možné ve vývoji rozhlasu také nalézt, například zlepšení kvality vysílání, výstavba vysílačů a elektrifikace měst přispěly k vývoji rozhlasu.

Hypotéza č. 4: Vývoj československého a amerického rozhlasu ovlivnily vnější faktory obdobným způsobem.

Tato hypotéza není zcela v souladu se zjištěnými výsledky. Jak už bylo zmíněno, vývoj amerického rozhlasu se vyznačoval větší dynamikou. Domnívám se, že je zde souvislost s jeho vhodnějšími podmínkami rozvoje (ekonomickými, politickými, kulturními). Některé tyto faktory jsou doložitelné, například rozhlas se v USA vyvíjel jako komerční odvětví v podnikatelském prostředí bez větších omezení a zásahu státu na rozdíl od Československa, kde rozhlasovou společnost více omezoval stát a politická situace. Rychlejší rozmach rozhlasu ve Spojených státech mohla také ve 20. a 30. letech podpořit větší atraktivita programu, který se zaměřoval především na zábavu, zatímco československé rozhlasové vysílání na vzdělávání posluchačů. Usuzuji také, že na začátku 30. let byl československý rozhlas více zasažen hospodářskou krizí (koncesionáři si odhlašovali koncese).

4. Závěr

Tématem mé diplomové práce byl *Vývoj rozhlasového vysílání jako kulturní změna*. V době svého vzniku byl rozhlas považován za technickou novinku, která byla velice drahá. Po vynalezení rozhlasové technologie vznikla instituce, tedy soubor norem a hodnot všeobecně uznávaných v daném kulturním systému. Společnosti v euroamerickém okruhu postupně přijímaly tento kulturní prvek, který je součástí mediálního systému. Rozhlas není jen kulturní element, ale také vlivné masové médium, znamená i kód, v kterém je sdělení zaznamenáno, druh mediální komunikace se svými specifiky a určitou mediální organizací.

Rozhlas v době svého vzniku ve 20. letech 20. století zasáhl společnost zcela nečekaně a nepřipravenou, první elektronické médium přineslo posluchačům pocit úžasu a jedinečné audiozážitky. Specifičnost rozhlasové komunikace tkví v interpretativnosti, dynamičnosti (živosti), rozprostřenosti v prostoru, sugestivnosti, komornosti poslechu, nepřetržitosti a dostupnosti.

Záměrem mé práce bylo zpracovat téma rozhlasu z kulturologického pohledu, snažila jsem se přinést nový pohled na danou problematiku a rozhlas jsem zkoumala jako proces kulturní změny. Tuto problematiku šlo uchopit dvojím způsobem, analyzovat rozhlas jako akulturaci, exogenní kulturní změnu, to znamená prvek, který se šířil z jednoho ohniska. Nebo bylo možné chápat ho jako endogenní kulturní změnu, jedinečnou inovaci, která se vyvíjela specifickým a originálním způsobem v dané společnosti, toto hledisko jsem si vybrala ve své práci.

Studuji rozhlas v období od jeho vzniku v roce 1923 až do roku 1989, v podobné etapě zkoumám i americký rozhlas, který s československým srovnávám. Na tomto delším období lze ukázat nový pohled na vznik a transformaci kulturního prvku aplikovaného na československý rozhlas. Raná fáze vývoje rozhlasu trvala do roku 1925, fázi růstu lze vysledovat (30. až 40. léta bývají označována jako zlatá éra rozhlasu) až do druhé poloviny 50. let, od té doby se rozhlas nachází ve fázi stabilizace.

Vývojem rozhlasu se nezabývám jen v teoretické části, proces kulturní změny interpretuji také v praktické části prostřednictvím analýzy sekundárních dat týkajících se rozhlasu a jeho ukazatelů. Tyto údaje bylo velice obtížné získat, nasbírat je vyžadovalo trpělivost a hodně času. Myslím, že se toto úsilí vyplatilo, čerpala jsem z relevantních historických pramenů a sesbírala zajímavá data, důležité bylo uvést je do vzájemných souvislostí a analyzovat v novém kontextu. Podařilo se mi tak ukázat vývoj rozhlasu jako šíření inovace, které je

znázorněno v grafech. Jsou v nich také zobrazeny a následně popsány indikátory ovlivňující šíření rozhlasu v Československu. Některá data jsem vzhledem k nedostupnosti musela extrapolovat, pro kontext správnosti jsem však použila zdvojení ukazatelů. Výsledkem bylo také ověření, že šíření rozhlasu v USA je obdobné vývoji rozhlasu v Československu, což bylo důležitým cílem mé práce. Bylo by jistě zajímavé rozpracovat i další faktory ovlivňující rozhlas, ale daný rozsah diplomové práce neumožňuje podrobnější výzkum.

Hlavním záměrem práce bylo postihnout vývoj československého rozhlasu, ukázat kulturologickou optikou vývoj jedinečného kulturního prvku a jeho šíření ve společnosti. Přínosem je zpracování tematiky, která zatím nebyla z tohoto hlediska zpracována, snažila jsem se přinést nové poznatky o kulturní změně, československém rozhlasu, na pozadí byl také sledován americký rozhlas jako důležitý indikátor. Doufám, že moje práce by mohla být užitečná studentům zajímajícím se o problematiku kulturní změny a médií a též přispět k dalšímu bádání v oblasti vývoje rozhlasu.

Seznam literatury

Bednařík, P., Jirák, J., Köpplová, B. (2011). *Dějiny českých médií. Od počátku až do současnosti*. Praha: Grada

Čábelová, L. (2003). *Radiojournal. Rozhlasové vysílání v Čechách a na Moravě v letech 1923 – 1939*. Praha: Karolinum

DeFleur, M., L., Ballová-Rokeachová, S. J. (1996). *Teorie masové komunikace*. Praha: Karolinum

Disman, M. (2002): *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Karolinum

Engelman, R. (1996). *Public radio and television in America*. United States of America: SAGE Publications.

Hankusová, V. (2006). *Vývoj výzkumu rozhlasových posluchačů v Československu a České republice*. Praha: Karolinum

Historická statistická ročenka ČSSR. (1985). Federální statistický úřad. Praha: SNTL - Nakladatelství technické literatury. Bratislava: ALFA - Vydavateľstvo technickej a ekonomickej literatúry

Jand'ourek, J. (2003). *Úvod do sociologie*. Praha: Portál

Ješutová, E. a kol. (2003). *Od mikrofonu k posluchačům. Z osmi desetiletí českého rozhlasu*. Praha: Český rozhlas

Jirák, J., Köpplová, B. (2009). *Masová média*. Praha: Portál

Kloskowská, A. (1967). *Masová kultura*. Praha: Svoboda

- Končelík, J., Večeřa, P., Orság, P. (2010). *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál
- Koníček, K. (1948). *Ve službách československého rozhlasu v prvních pěti letech (1923 – 1929)*. Praha: Československý rozhlas
- Kunczik, M. (1995). *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum
- Landová, M., Škaloudová, M., Dobal, J. (2003). *Rozhlas, televize, škola – místo doteku*. Projekt média a vzdělávání. Praha: Ústav pro informace ve vzdělávání
- Maříková, H., Petrusek, M., Vodáková, A. (2000). *Kulturní a sociální antropologie*. Praha: SLON
- Maříková, H., Petrusek, M., Vodáková, A. (1996). *Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum
- McQuail, D. (2002). *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál
- McLuhan, M. (2011). *Jak rozumět médiím. Extenze člověka*. Praha: Mladá fronta
- Myslík – Hyršovský. (1924). *Radiozávody Přelouč (katalog)*. Praha
- Patzáková, A. J. (1935). *Prvních deset let Československého rozhlasu*. Praha: Radiojournal
- Pacovský, J. (1993). *Na vlnách rozhlasu*. Praha: Český rozhlas
- Petrusek, M. (1985). *Úvod do obecné sociologie*. Ostrava: Institut VHJ Vítkovice
- Prokop, D. (2005). *Boj o média*. Praha: Karolinum
- Soukup, V. (2000). *Přehled antropologických teorií kultury*. Praha: Portál
- Soukup, V. (2011). *Antropologie: Teorie člověka a kultury*. Praha: Portál

Radiojournal, revue pro sběratele a příznivce HST (leden 1990). Zlín: Historický klub československý ve Zlíně

Radiojournal, revue pro sběratele a příznivce HST (červen 1990). Zlín: Historický klub československý ve Zlíně

Radiojournal, revue pro sběratele a příznivce HST (únor 1989). Zlín: Historický klub československý ve Zlíně

Reifová, I. a kol. (2004). *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál

Srb, V. (2004): *1000 let obyvatelstva českých zemí*. Praha: Karolinum

Srb, V. (1989): *Populační, ekonomický a národnostní vývoj pohraničních okresů ČSR od roku 1930 do roku 2010*. Praha: Ministerstvo výstavby a stavebnictví ČSR

Statistická příručka republiky Československé: 2. (1925). Praha: Státní úřad statistický

Statistisches Jahrbuch für das Protektorat Böhmen und Mähren. IV. Jahrgang. (1944).
Statistická ročenka Protektorátu Čechy a Morava. Prag: Statistisches Zentralamt

Statistisches Jahrbuch für das Protektorat Böhmen und Mähren. (1943). *Statistická ročenka Protektorátu Čechy a Morava*. Praha: Ústřední statistický úřad

Šubrt, J. a kol. (2007). *Soudobá sociologie I. (Teoretické koncepce a jejich autoři)*. Praha: Karolinum

Telegrafia. (1924). *Radio – přístroje a součásti (katalog)*. Praha: Telegrafia Praha

Trampota, T., Vojtěchovská M. (2010): *Metody výzkumu médií*, Praha: Portál

Trubačová, L. (2010). *Masové médium jako kulturní inovace. Rozhlasové vysílání na území Československé republiky v letech 1923 – 1939*. Postupová práce. Praha: Univerzita Karlova

Internetové zdroje

Celnarová, K. (2008). *Teoretické aspekty právní regulace masových médií*. Diplomová práce. Brno: Masarykova univerzita. Získáno z http://is.muni.cz/th/124213/pravf_m/last_verze.doc

Fonogram. (2012). *Technický vývoj v čase*. Získáno z <http://www.fonogram.4fan.cz/index.php?page=vynalez>

Historie Radia Praha. (2012). *Boj v éteru*. Získáno z <http://www.radio.cz/cz/static/historie-radia-praha/boj-v-eteru>

Historie Radia Praha (2012). *Normalizace*. Získáno z <http://www.radio.cz/cz/static/historie-radia-praha/normalizace>

Historie Radia Praha. (2012). *Začíná se znovu*. Získáno z <http://www.radio.cz/cz/static/historie-radia-praha/zacina-se-znovu>

Historie Radia Praha. (2012). *V zajetí ideologie*. Získáno z <http://www.radio.cz/cz/static/historie-radia-praha/v-zajeti-ideologie>

Janoušek, J. (2001). *Intrapersonální komunikace a vnitřní řeč. Československá psychologie*. Získáno z <http://cspsyh.psu.cas.cz/result.php?from=270&to=270>

Krupička, M. (2012). *Historie českého rozhlasu*. Získáno z <http://www.radio.cz/cz/static/historie-radia-praha/historie-cro>

Pišťora, L. (2006). *Vznik prvního masmédia - rozhlasu ve dvacátých a třicátých letech minulého století v Československé republice (Vývoj počtu radiokoncesionářů v době první republiky)*. Praha: Český statistický úřad. Získáno z <http://panda.hyperlink.cz/cestapdf/pdf06c1/pistora.pdf>

Rybář, R. (2011). *Kultura jako výchova lidskosti a tvořivému životu*. Získáno z <http://www.ped.muni.cz/wphil/clenove/rybar/texty/vychova.htm>

Šmíd, M. (2011). *Diskuze o vysílání veřejné služby v evropském kontextu*. Získáno z <http://www.louc.cz/pril01/p144vvseu.pdf>

Šmíd, M. (2004). *Veřejnoprávní a soukromé televize v některých evropských zemích*. Studie zpracovaná pro Parlament České republiky. Parlamentní institut. Získáno z <http://tucnak.fsv.cuni.cz/~smid/psp.doc>

Virtuální museum historické radiotechniky. (2012). *Přenosná rádia Tesla*. Získáno z <http://www.olderadio.cz/trans.htm>

Příloha

Použité zkratky:

AČRo – Archiv Českého rozhlasu

BBC – British Broadcasting Corporation

CDU – Christlich Demokratische Union Deutschlands (Křesťanskodemokratická unie Německa)

CPB – Corporation for Public Broadcasting

ČRo – Český rozhlas

ČSFR – Československá federativní republika

ČSR – Československá republika

ČsRo – Československý rozhlas

ČSSR – Československá socialistická republika

ČTK – Československá tisková kancelář

HBO – Home Box Office

KSČ – Komunistická strana Československa

MEVRO – Mezinárodní výstava rozhlasu

MI – Ministerstvo informací

MPT – Ministerstvo pošt a telegrafů

MTV – Music Television

MV – Ministerstvo vnitra

NCER – National Committee on Education by radio

NPR – National Public Radio

PEN (klub) – Poets, Essayists, Novelists (celosvětové sdružení spisovatelů)

RCA – Radio Corporation of America

RJ – Radiojournal

RVHP – Rada vzájemné hospodářské pomoci

SPD – Sozialdemokratische Partei Deutschlands (Sociálně demokratická strana Německa)

SSSR – Svaz sovětských socialistických republik

TO – Tiskový odbor

UNRRA – United Nations Relief and Rehabilitation Administration (Správa spojených národů pro okamžitou pomoc a první obnovu)

ÚPS – Ústřední publikační správa

USA – United States of America (Spojené státy americké)

ÚTI – Úřad pro tisk a informace

ÚV – Ústřední výbor

ÚV KSČ – Ústřední výbor Komunistické strany Československa

ÚV KSSS – Ústřední výbor Komunistické strany Sovětského svazu

VKV – velmi krátké vlny

VHS – Video Home System (Domácí systém videa)